



MUSEO MUNICIPAL DE LA CUCHILLERÍA DE ALBACETE

*Análisis del MCA y su relación
con el turismo cultural en la
ciudad de Albacete*

María García García, 2018.
TRABAJO DE FIN DE GRADO.
(Grado en turismo)
Tutor: Vicente Alberto Querol
Vicente



ÍNDICE

1. Resumen	3
2. Introducción	3
3. Objetivos y Justificación	5
4. Metodología	6
5. Contextualización y consideraciones teóricas	8
5.1 Albacete y su tipología turística	8
5.2 Turismo de borrachera.	11
5.3 La transformación del museo hasta convertirse en uno de los productos principales del turismo cultural. El museo POSTMODERNO	14
5.4 Organización del museo público postmoderno	15
5.5 Turismo cultural y relación con los museos.	16
5.6 La interpretación como recurso de apertura del museo	21
5.6.1 Museo abierto	22
5.7 Evolución de una industria artesanal hasta convertirse en un atractivo cultural	23
6. Análisis de la situación actual del Museo Municipal de la Cuchillería	27
6.1 Análisis cualitativo	27
6.1.1 Descripción	28
6.1.2 Hilo narrativo y punto de vista del turista	35
6.1.3 Relevancia Europea y proyección internacional	39
6.1.4 Eventos y actividades complementarias	40
6.1.5 Horarios y tarifas	41
6.1.6 Gestión institucional y organización administrativa del MCA	42
6.2 Análisis de la demanda (cuantitativo)	43
6.3 Encuestas de satisfacción	45
6.4 Entrevistas	46
7. Conclusiones y propuestas	52
9. Bibliografía	58
10. ANEXOS	60

1. Resumen

El trabajo consiste principalmente en un análisis de la situación actual en la que se encuentra el Museo Municipal de la Cuchillería de Albacete desde un enfoque turístico, observar cuáles son sus puntos fuertes y cuáles sus aspectos débiles, con la finalidad de mejorar este producto y la oferta turística de la ciudad de Albacete.

Para ello y después de un análisis completo del museo se expondrán una serie de propuestas que tendrán como principal objetivo la dinamización del turismo relacionado con la industria de la cuchillería. Además de la idea principal de crear un producto único que ponga en valor esta artesanía, que se centre en la conservación y difusión del patrimonio artístico por el cual resulta conocida la ciudad de Albacete.

Palabras clave: turismo cultural, interpretación, artesanía, promoción turística.

2. Introducción

La presente investigación se centra en el Museo Municipal de la Cuchillería situado en la ciudad de Albacete. Este centro tiene como principales objetivos la conservación y la difusión de la industria artesana cuchillera, una industria que ha sido durante más de 600 años, uno de los principales motores económicos de la región manchega.

Desde el punto de vista turístico y de promoción, la industria de la cuchillería es una de las bases sobre la que se ha construido la marca Albacete, además el legado patrimonial de esta a la ciudad es muy rico y abundante. Se ha querido poner en valor convirtiendo al Museo Municipal de la Cuchillería en uno de los activos turísticos más valorados de la ciudad.

Con este estudio trataremos de analizar dicho museo paso a paso, siempre desde un punto de vista turístico, analizando cuáles son sus debilidades y cuales sus fortalezas. Además, con la finalidad de establecer algunas orientaciones que sirvan para crear un producto mejorado basado en el turismo cultural.

La investigación de este producto en concreto, se ha realizado por mi vinculación con Albacete. Un hecho al que se suma mi interés por conocer cómo se ha puesto en valor esta industria tradicional en la ciudad o cómo se ha reconducido hacia el sector turístico. Pero, sobre todo, con la finalidad de aportar mi visión desde los estudios de turismo a un producto en una difícil situación, fruto de la crisis en la que está sumida la cuchillería.

El trabajo está estructurado alrededor de dos grandes bloques: un marco teórico, y el posterior análisis cuantitativo y cualitativo del museo. El marco teórico trata aquellos aspectos que se han considerado importantes para los temas centrales de este Trabajo Final de Grado y el desarrollo de la investigación. Estos aspectos parten de un análisis de Albacete y su tipología turística, se ha tratado de plasmar el modelo turístico hacia el que se dirige la ciudad. Por otra parte, en el ámbito de la museística se habla de la evolución que han sufrido los museos desde sus inicios hasta nuestra época, además de valorar el peso que tienen estos dentro del turismo cultural. Para entender mejor el rumbo que está tomando la oferta museística, nos hemos centrado en el significado de interpretación y en las diferencias principales entre museo y centro de interpretación. Asimismo, y profundizando en esta línea conceptual, se ha analizado la nueva tendencia conocida como *museo abierto*. Finalmente, para terminar de estructurar las contextualizaciones teóricas, ha resultado de interés analizar la diferencia entre arte y artesanía.

El análisis se elabora en tres apartados, de modo que la estructura del análisis propio del museo distingue entre el análisis cualitativo, un análisis crítico de la galería y, en tercer lugar, un análisis básicamente cuantitativo.

Para terminar, se recogen una serie de conclusiones derivadas del trabajo previo y unas propuestas para dinamizar el turismo cultural de la zona basándonos también en los puntos anteriores.

3. Objetivos y Justificación

El principal objetivo de este trabajo es realizar una **aproximación a la situación actual del Museo Municipal de la cuchillería de Albacete**, además de discernir el peso de éste en el turismo de la ciudad. El municipio, sea por los recursos disponibles o la trayectoria de políticas turísticas, no se ha caracterizado nunca por ofrecer un producto turístico de primer nivel; con este trabajo **se pretende hacer una análisis que permita sugerir herramientas y soluciones que promuevan el turismo cultural** relacionado con la industria de la cuchillería.

Hacer del museo de la cuchillería un recurso turístico principal, que atraiga a la zona visitantes que pernocten al menos una noche y así el resto de empresas relacionadas se vean beneficiadas y a su vez sirva como promoción para el resto de la región.

Con el propósito de conseguir estos objetivos, se han tenido en cuenta unas consideraciones teóricas basadas en la sociología del turismo; el rumbo que está tomando la museología *postmoderna* o algunas de las tendencias importantes en el turismo cultural actual.

A continuación, y basándonos en el marco teórico de la investigación, se ha realizado un análisis cualitativo de las instalaciones, con el fin de conocer cuáles son las características más importantes y significativas del museo además de un análisis

cuantitativo, centrándonos en el número de visitantes, su clase y su procedencia, desde su apertura en el año 2004 hasta el día de hoy. Asimismo, se tendrá en cuenta el grado de satisfacción de estos en el momento de visitar el museo. Sin olvidar la visión profesional de técnicos de turismo y maestros artesanos, opiniones que nos van a ayudar sobremanera a la hora de obtener las propuestas finales.

En las conclusiones se plantearán una serie de medidas que resulten interesantes para la mejora del desarrollo turístico tanto del museo como de la ciudad y de la región de Albacete.

La elección de este recurso se debe, aparte de por mi vinculación personal con la ciudad de Albacete, ya que soy nacida y criada en ella, a mi cercana relación con el museo, puesto que me lo permitían las prácticas académicas en este centro realizadas durante el segundo semestre del curso 2017-2018. Así, desde esa posición tenía la oportunidad de llegar a entender mucho mejor cómo funciona, los puntos fuertes y débiles del Museo de la Cuchillería de Albacete.

4. Metodología

La metodología que se ha seguido para realizar este trabajo de investigación consta de varias partes. Durante el primer bloque se ha realizado un trabajo de revisión bibliográfica para elaborar tanto la contextualización como el marco teórico. Se ha realizado un proceso de búsqueda e investigación centrándose en varios puntos que más tarde ayudarán a trazar las conclusiones. Las palabras claves que se usaron al comienzo de la investigación, entre otras, han sido “museología”, “arte y artesanía”, “turismo cultural”, “interpretación”... Este trabajo previo de investigación teórica se ha realizado buscando información a través de los buscadores generales de internet, así como en el Google Académico, además de la búsqueda en libros especializados en los distintos temas, los cuales me ha proporcionado el propio Museo de la Cuchillería.

El segundo bloque del trabajo de investigación se ha centrado centrará en un análisis exhaustivo del Museo de la Cuchillería. Gracias a mi estancia de prácticas en el MCA (Museo de la Cuchillería), me ha sido posible el ir recabando información de su funcionamiento diario. Este segundo bloque estará dividido en varias fases, se comenzó rellenando una ficha técnica¹, la cual se ha elaborado previamente, en esta fase también ha sido muy útil toda la información facilitada por el personal del museo, que más adelante nos va a servir para realizar una valoración general de la galería.

En la segunda fase del bloque analítico se ha realizado una encuesta a los visitantes, que de un modo exploratorio deberá servir para testar la herramienta y apuntar alguna información sobre su nivel de satisfacción al terminar cada visita.

Se han podido realizar diez encuestas de satisfacción a visitantes de diferentes procedencias con el fin de poder identificar visiones diversas o posibles potenciales del museo, a la hora de realizar mejoras tanto para la promoción regional como nacional. En un principio se planteó la posibilidad de realizar diez encuestas más a visitantes procedentes de Albacete. Sin embargo, se nos planteó la dificultad de que la mayoría de este tipo de visitantes locales solo visite el museo, para eventos concretos y no realizan la visita completa. Este hecho ya nos revela, por otro lado, un aspecto significativo de la relación entre el museo y los habitantes de la ciudad.

A continuación, en la tercera fase, se han hecho dos entrevistas personales dirigidas a la directora del museo y a un maestro artesano, con el objetivo principal de analizar la actitud sobre una apertura potencial del MCA a colaborar con la industria artesanal. Esta propuesta de apertura potencial deriva del trabajo teórico sobre museos, arte y artesanía o interpretación.

1. Inspirada en la ficha técnica de la práctica de interpretación de la asignatura TU0937 "Dinamización turística y cambio social"

Por último, se va a realizar un análisis principalmente cuantitativo. En esta cuarta fase se ha recabado toda la información estadística de los visitantes desde que el museo abrió hasta la fecha actual. Para ello se ha utilizado las bases de datos del MCA, además de sus memorias desde el año 2004. Con esta fase se ha conseguido analizar la evolución del número de visitantes, el interés que ha generado, además de clasificar la tipología de visitantes.

Tras explicar la metodología básica que se va a seguir durante este trabajo, pasamos a las consideraciones teóricas que nos van ayudar a realizar, posteriormente, el análisis del MCA.

5. Contextualización y consideraciones teóricas

5.1 Albacete y su tipología turística

Albacete es una provincia situada al sureste de la Península Ibérica que pertenece a la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha. Dotada de una situación privilegiada en un punto intermedio de la capital española y la costa del Mediterráneo.

La capital de esta provincia, del mismo nombre, es una ciudad moderna, no dispone de un rico patrimonio arquitectónico antiguo, ya que durante los años de la guerra civil y gracias a su emplazamiento estratégico, se instaló allí el cuartel general de las brigadas internacionales y la ciudad fue víctima de un gran número de bombardeos que destruyeron la mayor parte de la ciudad.

Sin embargo, es la ciudad más importante de la comunidad autónoma, en cuanto a materia económica y judicial se refiere. En ella está ubicado el Tribunal superior de Castilla-La Mancha. El término municipal tiene una extensión de 1125,91 Km², su situación llana está dispuesta en posición de ensanche, ya lo calificó Azorín, en uno de sus poemas, como *el Nueva York de la Mancha*.

El sector servicios se ha visto afectado por la gran crisis económica que dañó a todo el país desde el año 2008. Si analizamos los indicadores demográficos, se puede observar que esta crisis económica se ha transformado en el descenso de los nacimientos en la ciudad, esto significa que la población mayor de 65 años está aumentando, a la vez que disminuye la población menor de 15 años (Aguilar y Muñoz, 2012 p.37). Pese a este descenso de la bonanza económica el ayuntamiento y la diputación no cesan en su empeño para paliar esta crisis, “En la actualidad, Albacete experimenta un considerable desarrollo urbanístico y una importante reactivación de sus actividades industriales y comerciales. Es una ciudad moderna, activa y de futuro, como demuestran algunos de sus muchos proyectos: el Palacio de Congresos, la modernización del sistema ferroviario (AVE), el Aeropuerto, la Ciudad del Transporte o el Parque Científico-Tecnológico.”(Ayuntamiento Albacete, s.f.).

En cuanto a materia turística se refiere, la media de pernoctaciones de residentes nacionales del año 2017 fue de 19849,6 pernoctaciones mensuales frente a un tímido 3639,91 en pernoctaciones mensuales por parte de residentes en el extranjero (INE, 2017). El mes más popular también varía dependiendo de la procedencia del turista, pues los extranjeros prefieren agosto para visitar la provincia manchega. Mientras que los turistas nacionales convierten a septiembre en el mes más popular, debido a que son las fechas en las que se celebra la feria de la ciudad, uno de los acontecimientos más importantes de España que reúne cada año alrededor de 2.000.000 de visitantes y que fue declarada en el año 2008 de interés turístico internacional, siendo Joan Mesquida Secretario de Estado para el Turismo y Carmen Oliver alcaldesa. Según el secretario de Estado de Turismo, Joan Mesquida, obtener esta distinción supone “entrar en un circuito internacional”. Explica que existe una red de 32 oficinas de turismo repartidas por todo el mundo que promocionan el turismo de España, pero en especial los eventos que cuentan con esta distinción internacional (Europa press, 2008).

El turismo con mayor peso en la capital, es el turismo de negocios, aunque cada vez es mayor el número de visitantes que llegan atraídos por la gran vida nocturna de la ciudad.

En definitiva, son varias las motivaciones de los visitantes a la hora de visitar Albacete. Según las encuestas² realizadas por el Servicio de Turismo de la Cámara de comercio de Albacete en los años 2007 al 2008, cuyos autores son Francisco Cebrián y Juan Antonio García, se identifican las razones que impulsaron a los turistas a visitar este territorio:

“el paisaje y el medio ambiente” (22.2%), “el sosiego la tranquilidad y el relax” (12.25%), “la gastronomía, vinos y restaurantes” (11.38%) y “las tradiciones culturales y el folclore” (10.55%).

Es un hecho que Albacete no es una ciudad que tenga, de momento, un atractivo turístico muy reconocido, pero hay que tener en cuenta cómo se está diversificando la oferta turística y animar a las instituciones a que hagan un esfuerzo extra de dinamización, que será muy favorable para la ciudad. Aumentar y mejorar la afluencia de visitantes es imprescindible para dar un impulso a la economía y, sobre todo, al sector turístico del municipio. Abrir nuevos caminos turísticos teniendo en cuenta las diferentes motivaciones se convertirá en una alternativa perfecta para mejorar la economía del sector terciario albaceteño.

En la encuesta anterior se citan algunas de las motivaciones de los visitantes para desplazarse a Albacete. No obstante, no se señala uno de los fenómenos importantes y que está generando debate en la ciudad. Hablamos del turismo *de borrachera*. Cabría la posibilidad de analizar de una manera más profunda la problemática que

2. Encuesta recogida del Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N°54-2010

conlleve la práctica del conocido turismo de borrachera, ya que en estos últimos años, parece que esta modalidad turística se está convirtiendo en la más popular en la ciudad.

5.2 Turismo de borrachera.

De forma general, el llamado turismo de borrachera se caracteriza por la atracción de miles de jóvenes extranjeros, a lugares estratégicos de la geografía española donde existe una alta concentración de bares, pubs y clubs nocturnos.

Lloret de Mar y Salou (Cataluña), algunos barrios de Barcelona, Sant Antoni de Portmany (Ibiza) y Magaluf (Mallorca). Son los máximos exponentes de este tipo de turismo en España, si bien es verdad que no en todos los municipios han tenido la misma repercusión, las consecuencias generales son negativas tanto para el turismo como para la población local (Ros, 2017)

“Esta modalidad turística ha existido siempre, pero las proporciones que ha adquirido en los últimos años son alarmantes, este tipo de turismo refleja noches de desenfreno sobretudo en la costa mediterránea; una forma de diversión que a veces termina en tragedia y casi siempre causa estragos irreparables en las comunidades locales, un fenómeno que puede resumirse con la expresión turismo basura.” (Ferrer, 2017).

Las causas que explican la proliferación de esta tipología de turismo son los precios bajos de los alojamientos turísticos no reglados; en el año 2015 este tipo de alojamiento doblaba en número a los alojamientos tradicionales, son cifras alarmantes, especialmente en Mallorca que solo el 16% de los alojamientos está totalmente reglado. Por ejemplo, desde Inglaterra se pueden comprar paquetes, en los que se incluye el vuelo, el alojamiento e incluso las entradas para diferentes clubs nocturnos, por alrededor de 300 Euros. (Ros, 2017).

Las consecuencias negativas que sufren los destinos son de unas dimensiones altísimas; generación incontrolada de basura, contaminación acústica, tráfico de drogas ilegales, prostitución, degradación de los inmuebles públicos, etc. Este tipo de conductas incívicas generadas por el turismo *lowcost*, está generando un fenómeno social conocido como turismofobia, **“el temor, aversión o rechazo social que sienten los ciudadanos locales de un destino hacia los turistas”**. (Entorno turístico, s.f).

Esta situación ha generado multitud de quejas vecinales, hasta el punto que en lugares como La Barceloneta (Barcelona) “los lugareños se manifestaron cada día por la tarde-noche frente a las instituciones administrativas locales e incluso autonómicas pidiendo poner remedio a una situación que en su barrio se ha hecho insostenible. Y aún más, que en las últimas manifestaciones se han añadido lugareños de otros barrios con lo que se corre el riesgo, que esta llamada de alerta por parte de unos ciudadanos, acabe convirtiéndose en un problema para toda la ciudad”. (Abril, Azpelicueta y Sánchez, 2015, p.336)

Pero no solo se pueden ver estas protestas en Barcelona, en el municipio Balear de Mallorca se han celebrado numerosas acciones en contra del turismo de borrachera y de la masificación turística que se genera debido a la proliferación de estos alojamientos no reglados y sus bajos precios. Es frecuente encontrarse por la ciudad pintadas, pegatinas y pancartas con diferentes lemas como *“tourist go home”* o *“El turismedestruïx la ciutat”*. Este tipo de reacciones ponen de manifiesto el descontento social de la población local ante esta situación. (El Mundo, 2016). Estas ciudades están recibiendo muchos más turistas de lo que sus infraestructuras son capaces de soportar apareciendo una vez la turismofobia.

En el caso concreto de la ciudad de Albacete se puede hablar de una variante del turismo de borrachera, en este caso los visitantes no son extranjeros, sino visitantes

procedentes sobre todo de Levante y Andalucía. Son atraídos a la ciudad por el denominado fenómeno del *tardeo*³, y los bajos precios, cientos de jóvenes deciden celebrar en la ciudad sus despedidas de solteros y diferentes eventos.

Esta concentración de turistas *lowcost* y sus principales consecuencias negativas ha generado al igual que en la costa, denuncias y protestas vecinales “Los vecinos de la zona de copas de Albacete se han planteado acudir a la vía judicial si el Ayuntamiento no actúa contra el ruido y las molestias originados por el llamado 'turismo de borrachera' tras las "múltiples denuncias" que se han planteado y en las que el Consistorio "no ha intervenido"”. (20 min, 2015).

Cabría la posibilidad de que las administraciones, intentaran reconducir ese turismo atraído solamente por el alcohol y los excesos, en un turismo más sostenible, aprovechar los equipamientos para redirigir la oferta hacia la promoción del turismo cultural de la zona. El turismo de borrachera y todas las consecuencias que este conlleva puede afectar significativamente al turismo cultural que aquí se propone. En este sentido, es necesario que las administraciones tomen medidas para que este tipo de turismo tan impopular no influya en el desarrollo del turismo cultural de Albacete. Ante este tipo de conflictos, hemos asistido recientemente a reacciones a nivel local, con medidas para restringir este fenómeno, como el caso de algunas ciudades de Andalucía. (Cañas y Arroyo, 2018).

Tras esta contextualización y antes de comenzar el trabajo de campo y meternos de lleno en los análisis cualitativo y cuantitativo del museo de la cuchillería de Albacete, es necesario analizar una serie de aspectos teóricos que nos aporten las herramientas adecuadas para comprender, la evolución, el funcionamiento y la organización de los museos actuales.

3. se trata de una nueva tendencia en la que los pub y bares abren sus puertas a la hora del aperitivo, por lo que se puede disfrutar de un ambiente de copas y baile en pleno día, una práctica que estaba hasta hace muy poco relacionada solo con la noche.

5.3 La transformación del museo hasta convertirse en uno de los productos principales del turismo cultural. El museo POSTMODERNO

Desde la inauguración, a finales del siglo XVIII, del primer museo íntegramente de carácter público, Museo Ashmolean, éstos han sufrido una evolución hasta convertirse en lo que conocemos hoy en día como museo.

Tal y como afirma Francisca Hernández Hernández, el origen de los museos se basa en dos pilares fundamentales: el coleccionismo privado y la Ilustración.

Antes de concebirse un espacio que podemos considerar como un museo tradicional, las grandes fortunas apilaban colecciones privadas de obras de arte, que podían ser visitadas en determinados días del año, del mes o de la semana, dejando esta práctica cerrada a un número de visitantes muy exclusivo.

Fue en Europa, a finales del siglo XVIII cuando estas colecciones privadas se convirtieron en patrimonio cultural, y pasaron a formar parte de los primeros museos públicos, como el British Museum de Londres (1753).

En este acercamiento de la cultura a las masas populares tuvo un gran peso la Ilustración, ya que se trató en gran medida de un movimiento intelectual y cultural que sostenía que el principal motor para una sociedad sana era el conocimiento y que por ende habría que acercar esa sabiduría al mayor número de población posible. Uno de los principales museos ligados a este proceso de cambio, que sobretodo sufrió Francia con la Revolución francesa, fue el museo del Louvre de Paris (1793). (Ilustración, Wikipedia, s.f)

Además de esta función didáctica, los museos tienen la función fundamental de conservación del patrimonio artístico y cultural de los pueblos. En 1974, el ICOM (Consejo Internacional de Museos, s.f.) en el título 2, artículo 3, afirma que el Museo es una «Institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad que

adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite testimonios materiales del hombre y su medio.»

Estos espacios culturales han ido sufriendo una evolución ligada a la evolución de la sociedad. Por ejemplo, en los inicios del museo del Prado (Madrid), la visita quedaba restringida a determinados días, sólo podía visitarse los miércoles y era necesaria una autorización o recomendación escrita de un personaje de la Corte. Esto ocurría en 1920, al año siguiente de inaugurarse el Museo del Prado (Pérez, 1977, p. 20). Sin embargo, hoy en día ha pasado a convertirse en un producto cultural estrechamente ligado al turismo de masas.

El museo municipal de la cuchillería de Albacete tiene como principal objetivo la conservación y la difusión de piezas cuchilleras. Una de las principales medidas que utiliza el museo, para la adquisición de nuevas piezas, es la relación con diferentes instituciones museísticas internacionales, además de con varios coleccionistas y artesanos de la zona.

5.4 Organización del museo público postmoderno

En nuestro país se contabilizan más de 1500 museos. Además de los museos que pertenecen a la red de Museos Nacionales, tenemos que sumar los museos provinciales que dependen o bien de la comunidad autónoma a la que pertenecen o su correspondiente diputación y por último los museos municipales, la responsabilidad caerá en el ayuntamiento del municipio que les da cabida.

Los museos provinciales y municipales, aunque habitualmente peor dotados económicamente, pueden jugar un papel fundamental a la hora de la dinamización de ciertas áreas que necesitan al turismo para mejorar su situación económica y en casos extremos para la supervivencia del propio municipio.

La organización de cada museo, es evidente entonces, que dependerá de la institución a la que este pertenezca, y por su puesto de su tamaño. Pero en museos de un cierto tamaño es importante seguir un proceso de gestión que debe integrar, según Geoffre y Lewis, los cuatro conceptos básicos de planificación, organización, motivación y control (citado en Bravo Juega, 1995).

Una vez analizadas las normas y en qué consiste el modelo de museo *postmoderno* además de las normas necesarias para su correcto funcionamiento y organización, hay que explicar el peso que tienen las distintas galerías en el turismo cultural.

5.5 Turismo cultural y relación con los museos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo cultural como: “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”

“El turismo ha estado, desde siempre, muy vinculado al patrimonio y a la cultura de un destino. Este vínculo se hace todavía más fuerte a partir de los años 70, cuando la UNESCO desarrolló la “Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural”, que reconocía el deterioro del patrimonio a nivel mundial y se proponía conservarlo de forma activa y favorecer el conocimiento y reconocimiento de este legado para las generaciones futuras.

Hoy hay más de 1.000 lugares o sitios Patrimonio de la Humanidad, de los cuales 802 son culturales, 197 naturales y 32 mixtos. Están localizados en más de 160 países, siendo los principales destinos con patrimonio Italia, China y España. [...]

Tanto la oferta como la demanda de turismo cultural han evolucionado en las últimas décadas. La Organización Mundial del Turismo estima que el turismo cultural

representa cerca del 37% del total del sector turístico y que va a tener unos crecimientos anuales de en torno al 15 %.” (García, 2016).

En nuestro país, según los datos recabados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en el 2016, el 16.8% del total de los viajes realizados por los españoles tienen una motivación cultural. Con un gasto total en euros que asciende a 7.339 millones de los residentes en España y 8.567,1 millones procedentes de turistas extranjeros. (MECD, 2017).

Resulta un hecho que el turismo cultural, junto con el turismo de sol y playa, son las disciplinas más consumidas por los turistas que visitan nuestro país, ya sea turismo nacional o internacional.

Una de las principales motivaciones que llevan a los visitantes a realizar este tipo de turismo está en el interés personal de aumentar su nivel cultural. “la concepción ilustrada de la cultura sigue arraigada, y no sólo en las élites que idearon su contenido sino incluso en las clases excluidas, a las que se les ha transmitido con gran eficacia la minusvaloración de su analfabetismo cultural del que sólo pueden escapar a través de la enseñanza reglada en las instituciones oficiales. De ahí que el pueblo comience a reclamar su derecho al acceso a la “cultura”. (Fernández de Paz, 2006, p.3).

Según Smith, 1992, el perfil de la mayoría de turistas culturales reúne una serie de características comunes⁴:

- Mayor frecuencia de los viajes.
- Empleo del transporte local para sus desplazamientos en el destino, rodeados de las gentes y de su rutina.

4. Información obtenida del digital Her&Musher&mus, n.º 2, 2009, pp. 52-5

- Empleo del transporte local para sus desplazamientos en el destino, rodeados de las gentes y de su rutina.
- Búsqueda del sentido de la autenticidad, en lugar de la superación personal propia.
- Máxima interacción posible con los lugares de destino y con sus habitantes, y participación en la comunidad local.
- Búsqueda de la espiritualidad.
- Presencian todo, incluso las formas de explotación, mercantilización, folclorización o «falsa autenticidad» de la cultura local.
- Se irritan por ver falsas representaciones turísticas de los destinos y de sus habitantes.
- No tienen ninguna intención en visitar lugares simulados, como parques temáticos o copias de representaciones turísticas.

A partir del siglo XXI, cambian muchos factores sociales como por ejemplo la incorporación masiva de la mujer al mundo laboral, la aparición de nuevos modelos de familia. Lo que se tradujo en un cambio radical en el perfil del turista.

Además de que existe una relación más directa con el turismo y un cliente mucho más informado. Todos estos factores de cambio se traducirán en una apertura de la oferta además de la búsqueda de una oferta más auténtica. (Querol, 2010). Se da un perfil de turista que no se conformará solo con ver simples réplicas o pasear por la superficie de una ciudad, sino que querrá ir más allá y participar de la vida cotidiana de los lugares que visite.

El turismo cultural se convierte en una alternativa frente al turismo, hoy en día, masivo de sol y playa. En los últimos tiempos el turismo se caracteriza por huir de lo tradicional, por la búsqueda de nuevas experiencias y la ampliación de destinos, por

“su carácter cambiante, y su capacidad de adaptación a nuevas circunstancias y escenarios en la sociedad postmoderna. Como consecuencia de todo el turismo está más condicionado por la segmentación de los mercados, la apuesta por el desarrollo sostenible, el uso de las nuevas tecnologías o el nuevo perfil del consumidor, entre otros” (Cebrián y García, 2010, p. 362)

Por ello en la época *postmoderna* se ha asentado el turismo cultural, que tiene como orígenes el gran *Grand Tour* que realizaban los jóvenes de la burguesía para ampliar sus conocimientos. Hoy en día se ha convertido en una modalidad turística consumida indistintamente por diferentes clases sociales.

En la actualidad es casi imposible separar la práctica del turismo cultural de la museología. Cada destino ligado a esta tipología de turismo dispone de uno o varios museos que visitar. Muchos de los cuales se consideran un recurso turístico básico, son un producto que atrae visitantes por sí mismo y alrededor del cual se ha creado toda una red de infraestructuras turísticas, convirtiendo un lugar en destino turístico.

Otros, como sería el caso del museo de la Cuchillería de Albacete, están considerados como un recurso turístico complementario, que forma parte de un producto turístico más amplio, “dada la especialización y las motivaciones de la demanda actual, cada vez más exigentes con los productos, los complementarios están llamados a remodelar de manera importante los recursos básicos (...) igualmente la coordinación de varios de ellos puede crear un recurso básico” (Ferrerres,s.f Apuntes aula virtual UJI).

También en este sentido de la demanda, para aquélla internacional, hallamos que “Más o menos se estima que hay un 30 o 40% de turistas extranjeros que van a museos (...) en el museo de Mérida o de Altamira este porcentaje aumenta notablemente” (EOI, 2013).

En España se observa una distribución desigual de museos según cada comunidad autónoma, en la siguiente tabla se puede observar esa distribución en porcentaje. Una desigualdad que puede derivar tanto de los recursos como de las políticas, sobre todo públicas, en materia de museos, patrimonio o cultura.

Andalucía	11.7	Cataluña	10.0
Aragón	5.6	C. Valenciana	11.7
Asturias	1.4	Extremadura	3.3
Baleares	2.2	Galicia	10.6
Canarias	2.2	C. de Madrid	4.2
Cantabria	1.7	Murcia	6.7
Castilla y León	9.4	Navarra	6.0
Castilla-La Mancha	5.6	País Vasco	5.0
La Rioja	1.7	Melilla	6.0

Fuente: Encuesta EOI. "Patrimonio, Museos y Empleabilidad, 2012".

Según la encuesta⁵ realizada por el EOI, Escuela de Organización Industrial, Castilla La Mancha cuenta con el 5.6% de los museos de España. Sin embargo, su reacción de respuesta a la encuesta es muy escasa, eso denota el bajo interés de la comunidad en temas relacionados con el turismo cultural.

Esta encuesta pone de manifiesto una de las principales debilidades de la comunidad autónoma, que disponiendo de unas buenas infraestructuras básicas, para poder desarrollar unos productos turísticos de calidad, las administraciones no centran su atención en este área. Dejando en un segundo, o incluso tercer plano, el gran potencial turístico de la zona.

5. Encuesta propuesta por el EOI, para medir el grado de atractivo cultural que tienen los diferentes museos, según su tipología en relación con su procedencia

A modo de síntesis podemos afirmar que la actividad turística relacionada con la cultura es una actividad cada vez más demandada por las diferentes clases de turistas, igualmente que a menudo el turismo cultural de una zona determinada puede girar en torno a un museo importante.

Tal y como se está desarrollando el turismo cultural en el mundo occidental, no es aventurarse el decir que en el futuro los museos tenderán hacia formas de interpretación. El turista ya no busca visitar sin más, sino una experiencia completa, tal y como se deduce de las ideas de Smith aportadas más arriba. Por lo tanto, es imprescindible analizar en qué consiste y cuáles son las características principales de la interpretación.

5.6 La interpretación como recurso de apertura del museo

¿En qué consiste la interpretación?, ¿Cuál es la fórmula para que se lleve a cabo esta práctica de manera óptima?

“La interpretación es un proceso creativo de comunicación, entendido como el “arte” de conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los valores del recurso patrimonial o lugar visitado, para que genere sus propios significados”.(Tilden, 2006)

Esta concepción nace desde “El respeto y reconocimiento al legado de los pueblos originarios [que] nos ayuda a ir cambiando la mirada. Además, es necesaria una visión holística, donde la interpretación dialogue con otras disciplinas de la gestión y se convierta en un apoyo real al desarrollo de las comunidades locales en su escala humana e integral. La efectividad y sustentabilidad de las directrices y los procedimientos que se empleen, dependerán de la perspectiva con que se observe el mismo fenómeno del que la interpretación forma parte. Es la riqueza cultural y la difícil historia de los pueblos originarios por todo el mundo lo que, junto a ellos, debemos interpretar. Hoy es más que un desafío, es nuestra responsabilidad.” (Castaing, 2016).

El patrimonio identificado con la cultura y la tradición de cada región será considerado como bien cultural, puede ser tanto paisajístico, como tratarse de objetos, elementos inmateriales, etcétera. La conservación de este patrimonio deberá llevarse a cabo de una manera sostenible, mediante la cual todo este patrimonio irá pasando de generación en generación. Siguiendo esta línea, una de las maneras más eficientes de conseguir este proceso de conservación es la interpretación.

Para llevar a cabo una interpretación adecuada, una de las principales herramientas va ser la participación local.

De este modo, “los municipios tienen un papel clave en el mantenimiento de los vínculos entre la comunidad local, su historia y su patrimonio. La interpretación se relaciona con muchas responsabilidades y actividades del municipio, como: administración de la propiedad; bibliotecas, museos y archivos; desarrollo comunitario, la cultura y las artes; turismo; y planificación ambiental y patrimonial.” (Castaing, 2016)

Para un desarrollo turístico sostenible debe existir una comunicación constante entre las instituciones y la comunidad local. “Las conexiones entre las personas y el patrimonio natural y cultural normalmente se expresan a través del arte, la música, la literatura, la danza, la comida y otras obras creativas y tradiciones. Estas son las formas clásicas de “interpretación”. (Castaing, 2016)

En este sentido el MCA se trata de un producto cultural fundado por los propios artesanos cuchilleros de Albacete, su existencia no sería posible sin sus donaciones. La industria cuchillera y su conservación y promoción es la base para la creación de este museo.

5.6.1 Museo abierto

En contraste a un museo pecera, es decir, un museo totalmente independiente de la ciudad en la que se ubica, aparece la idea de museo abierto.

Nace en los últimos años y con la finalidad de adaptar y mejorar el concepto de interpretación del patrimonio cultural. En este sentido autores como Miró, nos cuentan que: “para crear instrumentos de gestión del patrimonio con una perspectiva territorial, adaptados a las actuales demandas de uso social del patrimonio y de desarrollo local.” (Miró, 2009). El objetivo principal de este modelo de interpretación es conocer cómo poner en valor el patrimonio cultural, no solo desde el punto de vista de conservación de éste, sino cómo hacer que esta puesta en valor repercuta en el desarrollo local. Para ello se han desarrollado varias líneas de actuación, el modelo que más nos puede interesar en esta investigación es el descrito por Miró Alaix como “desarrollo sostenible”. Este modelo se basa en el desarrollo y la promoción socioeconómica gracias a la creación de actividades tradicionales siempre vinculadas al patrimonio y al turismo.

La máxima de la idea de museo abierto es evitar que se realicen actuaciones aisladas, sino proyectos integrados a la hora de diseñar la promoción y difusión de un mismo producto turístico. Se necesita gestionar el patrimonio de manera conjunta y para conseguir una gestión óptima de los recursos se ha optado por la interpretación de la que se hablaba anteriormente (Miró, 2009).

En este conjunto de conceptos que afectan al MCA, junto a la museología, la interpretación o la idea de museo abierto, surge el debate sobre los contenidos susceptibles. En este caso, y para acercarnos más a la tipología específica del Museo Municipal de la Cuchillería, no hemos querido dejar fuera de este proceso de investigación, el debate que existe entre el arte y la artesanía.

5.7 Evolución de una industria artesanal hasta convertirse en un atractivo cultural

En primer lugar, trataremos de entender mínimamente lo que es arte y lo que es artesanía, además de intentar comprender si en algún momento la artesanía se puede

considerar arte, y cuando esta se empieza a mostrar en museos y exposiciones, formando parte del patrimonio cultural de los pueblos.

María Moliner señala que *arte* es «la manera de cómo se debe hacer alguna cosa», por lo que «hacer algo con arte» implica el dominio del «saber hacer». Bajo esta descripción el arte se podría referir a cualquier cosa que se realice, no solo se referirá a lo que tenemos todos en la cabeza como “arte tradicional” la pintura, escultura, música, cine o teatro. De ahí que sea necesario añadir un sobrenombre a la palabra arte, bellas artes, artes escénicas, etc.

Por otro lado, encontramos los términos *artesanos* y *artesanía*. Según la RAE, artesano es la persona que ejercita un arte u oficio meramente mecánico, usado “modernamente para referirse al que hace objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, a diferencia del obrero fabril. Y artesanía se refiere a la obra de los artesanos”.

Entonces ¿qué relación tienen arte y artesanía?

Estos dos términos siempre han estado relacionados, si bien es verdad que en la antigüedad el artista y el artesano eran prácticamente lo mismo, incluso en el griego solo existe la palabra *tecné*, para designar a ambos. Con el paso del tiempo y debido a la mecanización de algunos procesos de fabricación, poco a poco se ha producido la separación de estos dos conceptos.

“Desde el principio de la creación plástica el arte y la artesanía creativa tuvieron una función de soporte mutuo, de colaboración “fueron de la mano”. La industrialización provoca una separación de hecho y establece una incógnita sobre la pervivencia de ambos. (Blas 2005)”.

La concepción que tenemos hoy en día de “arte” se refiere a una idea única y original; sin embargo, cuando hablamos de artesanía nos referimos a algo que ya está pensado de antemano, objetos útiles que el artesano realiza de manera repetitiva. Se podría decir que una pieza artesana, a diferencia de una artística no es única.

Aún teniendo en cuenta este aspecto de originalidad, existen muchas piezas de artesanía muy especiales y con un gran valor cultural. Aquí se podría hablar del término “arte popular”, que están entre lo que se consideraría arte, pero sin dejar de ser artesanía. Incluso existe una idea que cada vez está tomando más fuerza entre los expertos en la materia, y es que cualquier cosa puede considerarse como “arte”.

Desde que se produjo esa ruptura entre arte y artesanía existen muchos debates al respecto sobre qué puede considerarse arte. Muchas corrientes como por ejemplo la que defiende Shiner, afirman que el concepto tradicional de arte está más próximo a la artesanía que a nuestra idea de bellas artes. Además, bajo el sistema antiguo de arte no había ni artesanos, ni artistas tal y como hoy en día “sino artesanos/artistas que reunían cualidades que en el siglo XVIII quedaron separadas de forma radical y definitiva” (Shiner, 2010, p.35).

Más allá de los debates, el arte es una etiqueta muy subjetiva. Si bien es verdad que las instituciones, eligiendo lo que se expone en museos, guías turísticas, etc., pueden inducir a crear una idea de lo que hoy en día está considerado como arte y lo que no. Pero en última instancia quien sentirá si una cosa, le produce un sentimiento y la califica como “arte” va a ser uno mismo.

“Nos dirigimos a todos vosotros, sin diferencias de estado ni de riquezas.

No reconocemos diferencias entre el “arte mayor” y el “arte menor”,

entre el arte para los ricos y el arte para los pobres. El arte es un bien común”

(Manifiesto Modernista. 1897)

Como explicaba, el peso de las instituciones es muy importante a la hora de concluir aquello que puede ser considerado como arte. Éstas han impulsado que algunas industrias tradicionales se hayan convertido en un atractivo cultural.

En el siglo XIX numerosos intelectuales reconocen el concepto plural de cultura, que equivale a reconocer la no existencia de una cultura universal y las diferencias de ver y vivir la vida por parte de los diferentes pueblos en el mundo (Molano, 2015, p. 71). Por lo que el ser humano tiene la necesidad de pertenecer a un grupo, para sentirse realizado la necesidad de vivir en sociedad, identificarse con una cultura, con unas creencias, tradiciones, etc., en definitiva con un modo de vivir. En esta necesidad de identificarse culturalmente, queda patente que cada grupo necesite perpetuar su cultura. Entre las sociedades se irá generando un patrimonio como cultura, que se pasará de generación en generación.

El patrimonio se convertirá en un hilo conductor fundamental que perpetúe la cultura de los distintos pueblos. La antropología le asignará un papel protagonista, para que este patrimonio se convierta, en un conjunto digno de ser protegido. Con la necesaria función de conservación que esto conlleva para la puesta en valor de todo este patrimonio, es absolutamente necesaria la participación activa de la población, la cual tendrá que tener una vinculación total con el medio, conservando el patrimonio y a la vez creando nuevo.

En tal sentido se decantó la Declaración de 1996 sobre los Principios de Cooperación Cultural Internacional, y su defensa de la dignidad y el derecho de todo pueblo a su desarrollo cultural” (Fernández de Paz, 2006, p.40, 42).

En el caso concreto del Museo de la Cuchillería, podemos indicar que se ha elevado la artesanía a la categoría de arte. La galería tiene la máxima de poner en valor la cuchillería que, a priori, solo puede parecer una industria, pero que gracias al museo y

a la gran labor de difundir esta cultura cuchillera tan arraigada en Albacete se está convirtiendo en un estandarte para la ciudad siempre relacionado con el arte.

Hemos realizado un recorrido por una serie de consideraciones teóricas que servirán de ayuda para el análisis. De forma sintética, hemos recorrido aspectos como, la tipología turística de Albacete, el turismo de borrachera, la transformación de los museos, el turismo cultural, la interpretación y la evolución de la industria artesanal hasta convertirse en un atractivo cultural que permiten enfocar con más garantías el apartado que ahora se abre.

A continuación se procederá a un análisis en profundidad del museo y de todas sus características, empezando por un análisis crítico de la galería; centrándonos en el hilo narrativo y la dinámica de las diferentes visitas, después se procederá a un análisis cuantitativo de la afluencia de visitantes desde su apertura.

6. Análisis de la situación actual del Museo Municipal de la Cuchillería

6.1 Análisis cualitativo

El museo de la cuchillería fue creado el en el año 2004, por la escuela de cuchilleros de Albacete, con el fin de conservar el patrimonio artístico cuchillero por el que es tan conocida la provincia de Albacete.

Además, contiene una intención dinamizadora de doble vertiente. Por un lado, pretende dinamizar la industria cuchillera que por desgracia no pasa por su mejor momento, debido al proceso de globalización que sufrió la industria. Y por otro lado una acción conservadora del patrimonio.

Al terminar la Segunda Guerra Mundial, se produjo una expansión mundial del proceso de industrialización, favoreciendo la aparición de nuevos focos industriales en el

sudeste asiático con los que es muy complicado competir en un mundo globalizado ya que tienen unos costes de producción mucho más bajos. Y por otro lado se buscaba un elemento dinamizador para el turismo de Albacete.

Gracias a este museo se ha logrado la conservación de una herencia cultural y artística, poniendo en valor la industria cuchillera.

6.1.1 Descripción

El museo alberga más 5500 piezas de cuchillería y alrededor de 1500 documentos, son piezas tanto nacionales como internacionales, las cuales han sido donadas por diferentes instituciones como por ejemplo la fundación Caja Castilla La Mancha o la Asociación de Empresarios de Cuchillería y Afines (APRECU), la Fundación Caja Murcia o una de las más importantes empresas dedicadas a la fabricación de cuchillería de Albacete, Arcos, etc. Además de una colección de carácter arqueológico donada por Don Jesús Vico Monteoliva, no menos importantes son las donaciones que realizan gente anónima a diario al museo, con la finalidad una vez más de conservar su patrimonio artístico. En el siguiente apartado trataremos más a fondo en que consiste cada colección y como están dispuestas a lo largo del museo.

El MCA se encuentra ubicado en el centro de Albacete, justo enfrente de la catedral y el ayuntamiento. La galería junto a estos dos edificios forman una de las plazas más destacadas de la ciudad; la Plaza de la Catedral, destacar que el edificio que alberga el museo es uno de los puntos más importantes a la hora de atraer visitantes, se trata de un edificio decimonónico, de los más antiguos y originales de la ciudad de Albacete, gracias a su diseño neogótico y su característico color verde. El edificio fue una casa particular, conocida como la casa del Hortelano, que recibe el nombre de su primer dueño Joaquín Hortelano Moreno. En el 2004 los arquitectos Miguel Hernández, Esther López y Juliane Potter pusieron en marcha un proyecto para restaurar el edificio y para convertirlo en la sede del museo Municipal de la cuchillería. “La casa del

Hortelano” trasciende de la importancia de la intervención arquitectónica para convertirse en una oportunidad única de resolver un espacio vital para la catedral, el Ayuntamiento y su Plaza” (Hernández, López y Potter, 2004)⁶. El edificio servirá pues, para cerrar la plaza que forma junto al ayuntamiento y la catedral. La idea de restaurar este edificio, con la finalidad de usarlo como museo de la cuchillería, ha servido para conectar varios edificios importantes, y se ha creado uno de los puntos más turísticos de la ciudad de Albacete, junto a la catedral y al ayuntamiento forman una plaza que es visita obligada, para el turista cultural.

En todo este proceso de restauración, la fachada fue respetada escrupulosamente, tan solo tiene una pequeña placa identificativa al lado de la puerta para informar que se trata del edificio que alberga el Museo de la Cuchillería.

Imagen 1. Fachada del Museo de la Cuchillería



Fuente: Museo de la Cuchillería

6. Datos tomados de la memoria del proyecto de restauración del 2004

La localización privilegiada del museo, ha sido muy importante para su desarrollo turístico. Además hay que resaltar que dos de los caminos de Santiago, confluyen en su puerta, por una parte el camino de Levante. La etapa 8 del camino (Albacete-Chinchilla) atraviesa la ciudad. Y por otro lado el camino del sureste, la etapa 7 (Albacete- La Roda). El Camino de Santiago se trata de una de las rutas turísticas más importantes a nivel internacional, es considerada como una de las primeras rutas turísticas. En años anteriores más de 5 millones de peregrinos recorrieron sus diferentes caminos. Por lo tanto, que el museo se encuentre en una de estas rutas, supone una ventaja muy significativa que el museo utiliza para aumentar su proyección internacional.

La señalización física para llegar al museo en la ciudad es deficiente, prácticamente inexistente. La manera más sencilla de encontrar su ubicación es usar una aplicación de mapas de cualquier tipo de dispositivo electrónico.

En cuanto a la señalización interna, también se puede hablar de cierta carencia, las piezas sí que están acompañadas de su cartela y una pequeña explicación, pero solo en castellano. No existe ningún tipo de señalización en inglés o algún otro idioma. El museo no propone un recorrido marcado o una ruta concreta. Pero para que la visita tenga un sentido más lógico, sería necesario, marcar un itinerario claro. El visitante deberá empezar por la planta más baja, donde se le situará en la historia de Albacete y su relación con la artesanía, además de ver el proceso de fabricación y todo el trabajo que conlleva el realizar una navaja artesana. Estas dos exposiciones servirán para situar al visitante. Por otro lado, sirve para darle valor a las piezas que van a ver a continuación.

Las empleadas del museo en ocasiones dan esta recomendación, pero no es algo que esté pautado por la dirección.

En cuanto a la gestión de grupos en este punto, cuando llega un grupo de más de 25 visitantes, empiezan a existir problemas de espacio en las diferentes salas, por lo que los grupos son partidos en dos y empiezan a la inversa. Por lo tanto, uno de estos grupos no hará la visita en el sentido más correcto, y bajo la óptica de nuestro análisis y la concepción de los itinerarios expuestos más arriba, la visita perderá algo de sentido.

La accesibilidad del museo es impecable, no existe ninguna barrera arquitectónica para personas con movilidad reducida, de hecho, en septiembre de 2005, recibió el premio a la accesibilidad de la Federación Provincial de Asociaciones de Minusválidos Físicos de Albacete, por contemplar los criterios de accesibilidad integral para todo tipo de discapacitados. (Memoria Museo Cuchillería 2004/5).

El recinto está dividido en dos edificios, en uno se encuentran dos exposiciones permanentes, una de ellas recibe el título de *La cuchillería española; España tierra de artesanos y maestros cuchilleros*, en esta exposición se pueden ver muestras de los diferentes talleres los cuales estaban repartidos por toda España, gracias a las donaciones de los artesanos de todo el país, se puede ver una recopilación de las piezas más representativas de 33 provincias españolas. Esta es una de las secciones más atractivas para el turista, el que puede hacer un repaso a la historia nacional de la cuchillería. En ella están expuestas más de 105 piezas, donadas por 72 maestros artesanos o sus familiares

Además en estos momentos se está cerrando una nueva exposición temporal en la que se ha pedido la participación de cuchilleros a nivel internacional, se van a poder ver piezas de todo el mundo. Para conseguir una visión más internacional de la cuchillería.

La otra exposición permanente de esta planta, se trata de la recreación de un taller cuchillero de los años 40-50. Todos los elementos que forman esta recreación son herramientas originales.

En esta exposición se observan los elementos imprescindibles en un taller de la época; un banco de trabajo, una fragua y pequeñas herramientas como martillo, limas, sierras, etcétera. En la reproducción también se pueden ver maquinaria auténtica que facilitaban el trabajo del artesano, como por ejemplo la pupulidora bilateral. También están expuestos los diferentes tipos de materiales que se utilizan en la elaboración de las navajas o cuchillos. Esta sección se completa con un vídeo donde se explica paso a paso, el proceso de elaboración de la navaja típica de Albacete, se trata de un vídeo interactivo, que puede poner en marcha el propio visitante y elegir diferentes opciones. En esta sala se encuentra también “El rincón del cuchillero”, es una pequeña sección dedicada a la exposición temporal de la obra de diversos maestros cuchilleros. Por último, la planta dispone de una sala audiovisual, la sala inversiva, donde se reproduce el documental “5 siglos, 5 historias”, que explica la historia de la cuchillería desde el siglo XVI, hasta la actualidad, basándose en la ciudad de Albacete y en las piezas más emblemáticas que se encuentran en el museo. Además existe una sala complementaria dedicada a exposiciones temporales y para realizar diferentes eventos, como conciertos o entregas de premios, entre otros. Y por último en esta planta está la sala de didáctica donde se realizan diferentes talleres infantiles por los que pasan diariamente colegios de primaria y secundaria.

El otro edificio a su vez está dividido en dos plantas, la planta superior está dividida en tres salas, una dedicada al oficio del afilador donde se muestran varias muelas de afilar, chiflos (silbatos que los afiladores utilizaban para anunciar su llegada) y una bicicleta con una máquina afiladora integrada. La profesión de afilador es tan antigua como el uso de los metales, tuvo su principal apogeo en los siglos XVIII y XIX, aunque en la actualidad casi está extinta. Galicia ha sido la cuna de este oficio que

rápidamente se propagó por toda la geografía peninsular. En esa misma sala se puede encontrar un muestrario de todo tipo de materiales del que pueden estar hechas las navajas y cuchillos, es una zona donde el visitante puede tocar y sentir la textura de los distintos materiales, como por ejemplo maderas fenólicas, metacrilato, cuero prensado, plásticos, materiales orgánicos, aceros troquelados para las hojas, etcétera. La sala contigua es conocida como la sala APRECU, en la que se exponen principalmente las piezas que forman parte de la colección APRECU, todas ellas donadas al museo por la asociación de cuchilleros y afines, se trata de los primeros premios del concurso de cuchillería que se celebra todos los años en la feria de Albacete. La sala cuenta con un total de 423 piezas, divididas en vitrinas que están separadas por las diferentes categorías que se disputan cada premio del concurso, como por ejemplo; mejor reproducción de antigüedad, navaja típica de Albacete, pieza más original, conjunto de cuchillos de oficio, entre otras. Esta sala se complementa con dos videos donde se pueden ver a los propios artesanos explicando tanto el funcionamiento, como las peculiaridades de sus piezas expuestas. Por último, una sala en exclusiva para la colección Caja Castilla- La Mancha, una colección de 500 navajas de los siglos XVII, XVIII y XIX y que en el año 2002 Caja Castilla-La Mancha adquirió al coleccionista navajero don Rafael Martínez del Peral y Frontón. Esta colección está dividida también en vitrinas. En una se muestran unas navajas de medidas extraordinarias, destinadas a colecciones privadas, regalos especiales, eventos, o bien para la exposición de talleres de los propios artesanos. En la otra las navajas están agrupadas en base a un criterio geográfico, donde se exponen navajas de distintos países. Una de las condiciones que puso Don Rafael para donar la colección fue, que nunca se separasen las piezas, por lo tanto está expuesta entera y por problemas de espacio se han tenido que exponer con un mecanismo rotatorio, que es el propio visitante el que lo activa y puede ver las distintas bateas.

En esta sala se encuentra la pieza más importante del museo, se trata de una navaja dinamómetro que data del siglo XVII. Esta original navaja sirve tanto para afilar las plumas que servían para escribir, para borrar la tinta ya seca y para pesar pequeños objetos.

En la planta baja, que coincide con la entrada al museo, además de la recepción donde se pueden encontrar diferentes tipos de guías tanto del museo como de la provincia de Albacete se encuentra la tienda del museo, en la que se pueden comparar diferentes tipos de cuchillos y navajas.

Además cuenta con un *merchandising* muy variado, se tratan de los souvenirs propios de una tienda de museos, como por ejemplo marca-páginas, bisutería, delantales, imanes, juguetes, etc. todo por su puesto relacionado con el museo y con el mundo de la cuchillería. Esta planta también cuenta con una colección arqueológica, donada por Jesús Vico Monteoliva, donde se pueden encontrar piezas tan antiguas como una hoz de la cultura Hallstatt de los siglos XI-X AD. Además de cuchillos realizados en la época romano o visigoda. Para terminar exponiendo en dos pequeña salas; la sala de las tijeras, que se ha convertido en la más popular del museo y la sala de los cuchillos antiguos. En la primera se puede ver una rica exposición de todo tipo de tijeras, esta sala esta complementada con un video explicativo donde se ver todos los tipos de tijeras y sus distintos usos. Y en la segunda, se muestran cuchillos, puñales, dagas, almaradas y puntillas de los siglos XVII, XVIII Y XX, casi todos realizados por artesanos de Albacete.

Para unir los dos edificios hay una pasarela en la que se propone un pequeño recorrido histórico, dedicado a la figura que más relevancia ha tenido a la hora de promocionar la industria cuchillera de Albacete por todo el país, el cuchillero. Se trata de una colección de fotografía antigua, en la que se puede ver la historia de cómo los cuchilleros se trasladaban a diario a la estación de Albacete, con el fin de vender el

mayor número de piezas posibles. Gracias al inmenso tránsito que tenía esta estación, debido a la localización de la ciudad, esta práctica consiguió promocionar la industria cuchillera por toda España.

El establecimiento cuenta con diversos canales de difusión, el más importante y el que más visitantes atrae es internet. La galería cuenta con su propia página web, www.museocuchilleria.es, la cual tiene un diseño actual, muy sencillo e intuitivo, el visitante puede encontrar información necesaria referente a su visita. Tiene una carencia destacable y es que el contenido no se actualiza a la vez que el museo y hoy en día hay algunas explicaciones que no corresponden con la realidad de las exposiciones. En cuanto a las redes sociales, la galería está presente en Facebook, en la que cuenta con 1092 seguidores donde se pueden encontrar todos los eventos programados, esta red social es la más activa del museo, se actualiza varias veces a la semana y se exponen todas las noticias relacionadas con este. También está presente en Twitter, aunque su participación en esta red social es mucho más baja, cuenta con 146 seguidores y se han publicado 230 twits, centrados en las noticias más relevantes del museo.

6.1.2 Hilo narrativo y punto de vista del turista

Las secciones están totalmente ordenadas y siguen una temática común, que hace que se pueda entender de manera muy clara lo que cada colección significa.

El museo de la cuchillería sigue un hilo narrativo común, realiza una aproximación desde un contexto más global, el europeo hasta acercarse a España. Y principalmente a la ciudad que lo alberga, Albacete.

Como se explica en párrafos anteriores a lo largo de todo el museo se pueden ver distintas exposiciones temáticas, las cuales están expuestas de tal manera, que el conjunto del museo cobra todo un sentido con el que es muy fácil interpretar la historia

de la cuchillería. El ejemplo más claro de esta intención interpretativa se encuentra en la reproducción del taller del artesano y el material audiovisual que le acompaña, en el cual se pueden ver y muy importante, escuchar, el proceso completo de fabricación de la típica navaja albaceteña. En definitiva, el material audiovisual que acompaña las exposiciones es un gran punto de partida para facilitar la comprensión y lograr la interpretación del museo.

Si bien este museo no se trata de un centro de interpretación al uso, sí que existe la interpretación, la manera en la que está dispuesto el museo transmite el valor del patrimonio. Por ejemplo, los soportes en forma de video que acompañan la exposición de APRECU relacionan la historia de la ciudad de Albacete con la artesanía. Además la relación del museo con la población local es constante, la mayoría de piezas, documentos y fotografías que forman parte de la galería han sido donados o cedidos por habitantes de Albacete. A continuación vamos a analizar el museo desde un punto de vista turístico.

Existen dos tipos de visitantes diferenciados; los que prefieren hacer su visita por libre y los que se deciden por una visita guiada. Esta elección la pueden hacer por diferentes motivaciones como por ejemplo la económica, más adelante explicaremos las tarifas por las que se rige el museo. Las motivaciones que lleva a una turista a elegir o no visita guiada dependerá de distintos factores entre ellos el económico, es evidente, pero también, aparecerá el bagaje cultural del visitante, su experiencia turística previa, la intención del viaje, la planificación, etc.

El visitante que opta por una visita libre, va a disfrutar de una visita, a priori, menos activa que el que opte por una visita guiada, ya que los responsables de realizar estas visitas siempre intentan que el turista participe de forma activa en la experiencia, con juegos, preguntas y enseñando diferentes objetos y materiales que el visitante podrá tocar para que el participante se acerque mucho más a la historia cuchillera.

Aún así cabe destacar algunas secciones en las que se pide la participación de todo tipo de visitante, sobre todo la sección de los materiales, la cual es totalmente interactiva.

A lo largo de todo el recorrido está presente la ciudad de Albacete, ésta sirve como elemento unificador del museo, durante todo el recorrido se pueden ver documentos y piezas que relacionan a la ciudad una y otra vez con la industria de la cuchillería desde hace más de 600 años, toda esta relación se puede ver resumida con la visualización de la película-documental de 15 minutos que se proyecta para los visitantes donde se relata la historia de la ciudad a través de esta artesanía. Está claro que se interpreta este territorio y su historia a través de la cuchillería.

Por lo tanto, el tipo de experiencia que el museo genera va a depender mucho del lugar de procedencia del visitante, de sus intereses culturales, además de sus conocimientos previos en materia de cuchillería. Se tratará de una experiencia mucho más emocional para las personas que tengan una relación previa con la industria o artesanía cuchillera. También para los visitantes de la región de Albacete, la experiencia va a ser mucho más emocional, la cuchillería forma parte de la idiosincrasia de la ciudad y la mayoría de la población albaceteña se siente de una manera u otra ligada a esta tradicional artesanía.

Por otro lado el visitante que no ha tenido ningún contacto previo con la industria, tiene una experiencia más intelectual, el museo tiene una gran función didáctica para transmitir sus conocimientos de manera clara y sencilla. Aunque el componente emocional está latente en la manera de tratar la piezas. La mayoría de los visitantes, relacionan alguna de las piezas con momentos de su vida, sobre todo con momentos de la infancia. Si no tienen una relación previa con las navajas, seguro que alguna de las colecciones de cuchillos o tijeras les evoca algo. Además de que un gran número de visitantes son jubilados y de una manera u otra, siempre han utilizado alguna de las

piezas en sus oficios. El fundador del museo, Amos Núñez lo calificaba como “el museo de los sentimientos”.

Desde el punto de vista turístico, el MCA es un activo muy importante para la ciudad de Albacete. El turismo cultural está tomando relevancia los últimos años en la ciudad, pero en lo que respecta a la tradición cultural de la cuchillería esta aun por dinamizar, es evidente que la cuchillería es un emblema albaceteño. “la navaja y la cuchillería son un icono de la ciudad de Albacete. Es lo que nos distingue, nos singulariza y por lo que se conoce a Albacete dentro y fuera de nuestras fronteras” (Bayón, 2013). Aun así, esta artesanía está por explotar, cuando hablamos en términos turísticos, el museo es prácticamente la única actividad que se puede realizar en la región relacionada con la cuchillería. Se trata de un museo pecera, que necesita estrechar su relación con el producto local existe. Por lo tanto existe una necesidad de integración del museo con el resto de actividades turísticas de la ciudad. La industria cuchillera tiene una potencialidad turística, que se debería desarrollar de una manera integrada teniendo en cuenta la idea de museo abierto. Basada en el modelo sostenible del que hablaba Miró Alaix, una puesta en valor del patrimonio, con el que se cree la promoción de un gran producto turístico que tenga como elemento común la industria de la cuchillería, mediante el cual se interprete el pasado y el futuro de Albacete.

La relación del museo con otros entes turístico es uno de sus puntos más flojos, al pertenecer a un ente público (ayuntamiento de Albacete) tiene como norma no tener ninguna relación o acuerdo con establecimientos hosteleros privados, esta decisión ha sido tomada bajo la premisa de no favorecer a algunas empresas por encima de otras. Por lo tanto, no tiene ninguna conexión con los alojamientos turísticos que le rodean, no hay ninguna actividad en común, o algún tipo de nexo que una el museo con los alojamientos turísticos. Más allá de unos descuentos en las entradas que el museo reparte periódicamente a modo de propaganda por los establecimientos hoteleros de

la ciudad. Tampoco tiene servicios extras enfocados a los turistas y muy comunes ya en los museos, como podría ser un restaurante o algún tipo de transporte.

Además se podría decir que uno de los puntos más fuertes del museo, aparte del edificio en el que se encuentra, se centra en el sentido en el que están expuestas las piezas.

6.1.3 Relevancia Europea y proyección internacional

Un museo conectado a otros de su misma naturaleza puede generar sinergias y nuevas potencialidades a través de una red bien articulada. De hecho, la industria de la cuchillería tiene un gran peso en la cultura artesanal del viejo continente. La ciudad Francesa de Thiers y la alemana de Solingen, junto con Albacete forman el triángulo de la cuchillería europea. A partir del año 2007 estas tres ciudades comenzaron a trabajar conjuntamente con la finalidad de proyectar la cuchillería europea a nivel internacional.

Se comenzó con un intercambio de exposiciones e ideas con el objetivo de fomentar la internalización de todo lo referente a la industria y la artesanía albaceteña. También se pretende ampliar el frente común contra las exportaciones de productos de otros países cuya calidad no es la más apropiada (memoria MCA, 2007).

Así también se abrió una nueva ruta para un mercado turístico procedente en gran medida de América del Norte, desde donde se desplazan hacia Europa diferentes coleccionistas para visitar exclusivamente estas tres ciudades. Además, en los últimos años esta industria adquiere algo más de relevancia en EEUU, pues resulta sintomática su visibilidad en la televisión a través de programas como *Forged in fire*⁷.

7. En la televisión privada estadounidense, concretamente en la cadena *History channel* se emite el reality show, *Forged in fire*, se trata de un talent show en el que diferentes herreros ponen a prueba sus habilidades en la realización de diferentes cuchillos o espadas. A pesar de que su llegada a las masas no es de la índole de fenómenos como los de cocina (*Master Chef*), el fenómeno requiere un mínimo de atención desde la gestión para explorar sus potencialidades.

Por último otro de los datos importantes a tener en cuenta en esta investigación es la celebración Durante este año, 2018 en Thiers el II Encuentro Mundial De Las Ciudades Cuchilleras. Hasta allí se han desplazado algunos miembros del consorcio representando a la ciudad y al museo, donde se ha nombrado a Albacete *Capital mundial Cuchillera* para el año 2020.

6.1.4 Eventos y actividades complementarias

Uno de los principales problemas que tiene Albacete a la hora de promocionar su turismo es el auto-odio que sufre la ciudad. Es fácil escuchar a los propios albaceteños diciendo frases tan negativas para el turismo como; *“en Albacete no hay nada que visitar”, o “es una ciudad muy fea”*. En España, exceptuando a las grandes urbes como, Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia, ect. Existe un gran sentimiento de provincianismo, lo que se transmite en la dificultad a la hora de promocionar las diferentes ciudades. Así, será muy complicado poner en valor un producto, en el que no se confía. Para ello las instituciones deberán realizar un mayor esfuerzo, con el objetivo de cambiar esta imagen que los propios habitantes tienen de sus ciudades. Desde MCA se ha optado por realizar actividades complementarias, además de las diferentes exposiciones permanentes y temporales, el museo hace un gran esfuerzo para promocionarse a nivel local.

Tiene una gran variedad de actividades dirigidas exclusivamente a la promoción interna de la artesanía cuchillera. Entre las distintas actividades podemos diferenciar las que van dirigidas a colegios e institutos, en las cuales cabe destacar dos iniciativas. La primera es ACÉRCATE, que se trata de un taller dirigido sobre todo a escolares de primaria, que consta de diferentes charlas, según el tema elegido con anterioridad por los maestros de las clases que visitan el museo, y termina con una actividad manual relacionada. Y la segunda iniciativa denominada CONOCE TU CIUDAD. Esta actividad se realiza en común con otros productos turísticos de Albacete, va dirigida a alumnos de secundaria y consiste en visitar varios puntos de

interés de la ciudad entre ellos el MCA, en el cual se hace una visita guiada de dos partes del museo. Estas actividades dirigidas a los menores son totalmente gratuitas y están al alcance de todos los colegios e institutos que quieran participar de ellas.

Además, anualmente se celebra un concurso de cuentos (*los cuchicuentos*) y otro concurso de dibujo. Las bases de estos concursos son enviadas a todos los colegios e institutos que quieran participar. Después del proceso de participación del alumnado, un jurado especializado elige los distintos ganadores, los cuentos elegidos serán editados y se pondrán a la venta en diferentes establecimientos de la ciudad. Mientras que los dibujos ganadores son expuestos en la sala de didáctica del museo.

Por otro lado, el museo realiza diferentes eventos para promocionarse, como por ejemplo, diferentes cursos, de tapas, cortadores de jamón, sushi, etc. Estos cursos se realizan de manera habitual, mínimo uno al mes, van dirigidos a mayores de edad y siempre tienen un coste de inscripción. La participación es total, las plazas de los cursos siempre se agotan e incluso la mayoría de las veces se tiene que hacer una segunda edición.

Todas estas actividades complementarias sirven para dar a conocer la galería en el ámbito local, y mejorar así, con una mayor identificación de la ciudadanía con su museo, su promoción a nivel nacional.

Además, como se comentaba en el párrafo anterior, el año 2020 la ciudad albergará el III Encuentro Mundial De Las Ciudades Cuchilleras, siendo este hecho una oportunidad única para promocionar y poner en valor aún más la artesanía principal de Albacete.

6.1.5 Horarios y tarifas

El horario es de martes a sábado de 10 a 14 y de 17 a 20, el horario de tarde se atrasará media hora los meses de verano de junio a septiembre, los domingos

permanecerá abierto de 10 a 14 y los lunes cierra. Para poder disfrutar de sus colecciones es necesario sacar una entrada, la cual tiene diferentes tarifas:

General (adultos mayores de 18):3€	Jubilados: 0,50€
Estudiantes: 1€	Menores de 18 años: gratis
Grupo de más de 10 personas: 2€	Visita guida: 6€

Además, para visitantes regulares existe una tarjeta, *del Museo*, dentro de la cual hay dos modalidades diferentes. Por un lado están las tarjetas de socio de honor del MCA, se paga una cuota anual de 300€, que te permite el acceso libre y gratuito a todas las exposiciones, acompañados por una visita guiada, además de las inauguraciones. También se les facilitara información de todas las actividades que programe el museo y se les enviara por correo cada uno de los catálogos que edite el museo. Por ultimo recibirán un descuento en la tienda del museo. El número total de, socios de honor ascenderá alrededor de 30 miembros.

Por otro lado está la tarjeta amigo MCA, de la que se han expedido alrededor de 420, la cual te da acceso libre y gratuito a todas las exposiciones e invitación a todas las inauguraciones. A estos socios también se les facilitara toda la información de las actividades, y tendrán derecho a un descuento en la tienda.

6.1.6 Gestión institucional y organización administrativa del MCA

El Museo de la Cuchillería de Albacete es una institución público-privada en la cual el máximo órgano colegiado lo constituye un consorcio formado por diferentes instituciones; está dirigido por el ayuntamiento, representado por los concejales de los diferentes grupos políticos que forman parte del pleno municipal, y el presidente del consorcio será el alcalde de Albacete. También formará parte del consorcio la Diputación de Albacete, APRECU Y FUDECU. (Fundación para el Desarrollo de la Cuchillería).

Las decisiones se toman siempre en conjunto y mediante votación en cada reunión del consorcio, los diferentes grupos políticos junto con las asociaciones cuchilleras se tendrán que poner de acuerdo para sacar los presupuestos y los distintos proyectos adelante.

Por otro lado se encuentra la estructura administrativa y la disposición del presupuesto que proviene el 80% de fondos públicos, es decir por parte de la Diputación y del Ayuntamiento y el 20% de fondos propios que están formados por los propios beneficios que genera el museo y gracias a la figura del patrocinio, en la que participan dese multinacionales como ARCOS, hasta pequeños artesanos albaceteños.

El organigrama está constituido por la directora del museo a la cabeza y dividido en cuatro secciones diferentes; didáctica, administración, recepción y mantenimiento.

Para terminar el análisis del museo se procedió a realizar un análisis estrictamente cuantitativo, que se completó con unas encuestas de satisfacción a los visitantes, para comprobar in situ, las reacciones a la visita. Terminando con un par de entrevistas; a la directora del museo y a un artesano tradicional.

6.2 Análisis de la demanda (cuantitativo)

Teniendo en cuenta el análisis total de datos de los visitantes del museo desde el año de apertura, se observas que siempre ha tenido una afluencia constante de visitantes, con una media de alrededor de 23000 visitantes por año. No se observa ningún año, excepto el 2005, que tenga un despunte de afluencia que llame la atención. La época del año en la que el museo consigue récord de visitantes es otoño, esto se debe al gran aumento de turistas que recibe la ciudad de Albacete en el mes de Septiembre gracias la Feria, una de las más importantes a nivel nacional y que en el año 2010 fue declarada de interés turístico Internacional.

Tabla 1. Visitas al museo distribuidas por meses

AÑOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
2004									6966	3734	2897	2302	15899
2005	1176	1600	2432	4406	2318	3011	1799	1710	3506	3638	4414	1566	31576
2006	1581	1988	2585	1945	1488	2334	1352	1272	2655	2608	1589	1388	22785
2007	1169	1366	1660	1784	2526	1337	1021	1177	1941	2072	1788	1108	18949
2008	1057	1675	1685	1343	2238	1477	3523	1337	1752	2094	1431	950	20562
2009	1239	1855	2714	3236	3463	1059	1422	1659	2174	2724	2260	1367	25172
2010	1345	1539	2840	3746	2835	1403	1849	1916	1715	2362	2673	1478	25701
2011	1202	1775	1905	2431	2269	2370	1154	1823	1559	1942	2286	1677	22393
2012	807	1581	1524	1828	2481	2289	966	955	1427	1398	1451	856	17563
2013	1470	1998	2559	2738	2750	2037	1310	1150	3778	2002	2676	1667	26135
2014	1053	1718	2137	2605	2786	1560	1063	1219	3077	5094	1714	1359	25385
2015	1161	2378	1919	3086	1745	1154	889	1291	3095	2059	2327	1441	22545
2016	1093	1753	2460	2001	2535	1431	1284	1816	1899	2435	2526	1834	23067
2017	705	1487	2597	3079	2854	1756	1661	2269	1866	2796	2012	2259	25341
2018	1130	1914	2736										

Fuente: Museo Cuchillería

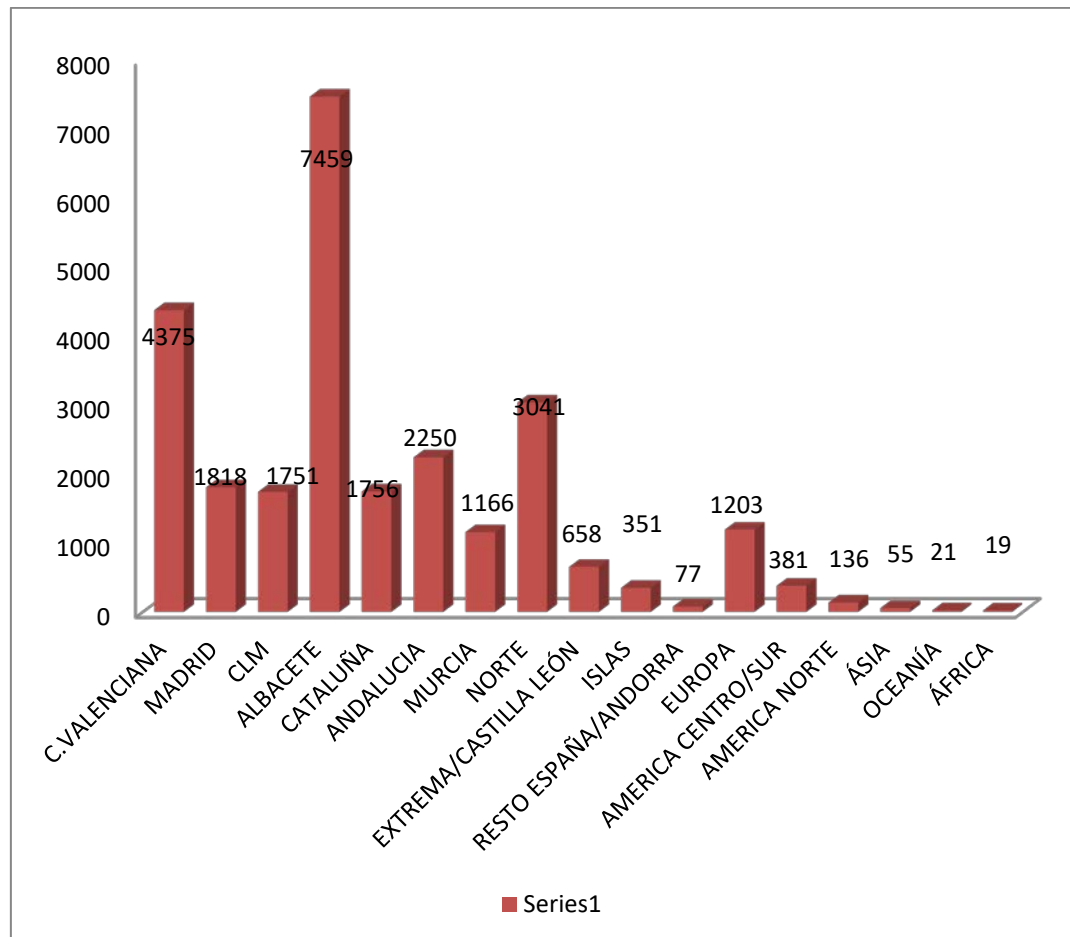
Si analizamos los datos según el tipo de turistas, los que más visitan el MCA son los generales seguidos muy de cerca por los jubilados, los diferentes porcentajes se pueden observar en la sección de anexos.

El MCA lleva un control del sitio de procedencia de cada visitante, analizando la información de estos datos desde que se inauguró el museo la zona comunidad española que más visita el museo es Castilla-La Mancha, pero para analizar estos datos hay que tener en cuenta que los entre los visitantes de Albacete se cuentan también, visitantes no turistas. Es decir, los que vienen a realizar actividades didácticas o eventos programados como cursos, entregas de premios, etc. Teniendo en cuenta este dato importante, la primera comunidad emisora será principalmente La comunidad Valenciana, seguida por Andalucía.

A nivel internacional Europa lidera la lista, pero le sigue de cerca América, gracias al flujo de coleccionistas desde América del norte hacia Europa.

A continuación, se muestra el gráfico de visitantes según su procedencia del 2017, en los anexos se pueden consultar los gráficos de años anteriores.

Gráfico 1. Procedencia de los visitantes al MCA



Fuente: MuseoCuchillería

6.3 Encuestas de satisfacción

Las encuestas de satisfacción se tratan de un estudio empírico para medir, in situ, la satisfacción de cada tipo de visitantes. En este caso se realizaron para conocer la el impacto que el MCA tiene en el turismo de la ciudad de Albacete.

Se realizaron diez encuestas a lo largo de dos días (consultar transcripciones en los anexos), esta parte del proceso planteo varias complicaciones, entre ellas la dificultad de encontrar a visitantes de Albacete que no vinieran por motivo de las actividades complementarias. Y por otro lado la falta de tiempo y motivación de los visitantes a la hora responder los cuestionarios.

Las conclusiones más importantes que se desprende de los resultados obtenidos en las encuestas son; para 7 de los 10 encuestados el museo ha cambiado la visión turística que tenían de Albacete. Y que el total de todas las personas encuestadas conocían de antemano la relación que la ciudad tiene con la industria cuchillera, pero ninguno conocía la existencia del museo hasta que no comenzaron a planificar su viaje a Albacete o han llegado a la ciudad. Estos datos ponen de manifiesto que existe una deficiencia importante en la promoción del MCA.

Por otro lado la satisfacción con las instalaciones, es muy positiva en general, ninguno de los encuestados le da nunca una puntuación menor de tres.

Basándonos en las encuestas está claro que la promoción es el principal punto a mejorar, que no es suficiente con su presencia en la red y en algunas oficinas de información turística, es urgente tomar medidas para mejorar en este aspecto y conseguir estar presente en más canales de distribución. Ya que según las encuestas el museo es un activo muy potente para dar valor al turismo cultural de Albacete. La herramienta testada, el cuestionario, ha funcionado de forma ágil e inteligible por parte de las personas encuestadas.

6.4 Entrevistas

Para concluir, ahora con un análisis cualitativo, se han realizado dos entrevistas con el objetivo de valorar la actitud sobre una apertura potencial del MCA a colaborar con la industria artesanal. Para ello hemos escogido dos perfiles que pensamos nos pueden ofrecer opiniones importantes desde dentro y fuera del MCA.

Una de las entrevistas se le realizó a Juan Andrés Barbero, artesano y cuchillero de tercera generación, además de su taller, tiene desde el 2004 una tienda de venta directa al público, *La casa de las navajas-Barbero*. Este maestro cuchillero cuenta con numerosos premios y fue presidente durante 15 años de APRECU y por lo tanto miembro del consorcio del museo Municipal de la cuchillería de Albacete;

En esta entrevista se trataron varios temas relacionados con el turismo cultural de Albacete interesantes para la investigación que nos ocupa.

Entre los temas tratados se le preguntó al maestro cuchillero sobre Albacete como producto turístico y sus efectos en los talleres de artesanía; la sensación general del entrevistado fue que falta mucho por crear la marca Albacete, sí que ve un gran potencial para el turismo en la provincia de Albacete pero que esta aun por explotar y queda mucho trabajo por hacer. Bajo su punto de vista la mayoría de los visitantes que llegan a su comercio no saben lo que visitar en la ciudad. Afirma que *“para un cuchillero es un honor que la ciudad sea conocida por la artesanía cuchillera, pero que falta mucha faena por hacer para atraer a más visitantes”*. Para el entrevistado el museo de la cuchillería es un comienzo pero hace total hincapié en que le falta mucha promoción. Según su declaración el 75 % de los clientes que visitan su tienda no conocen el Museo de la Cuchillería. La industria de la cuchillería y su relación con Albacete es un hecho que la mayoría de turistas conocen, pero a nivel general falta mucha promoción turística para la ciudad, está de acuerdo que la diputación el ayuntamiento hace esfuerzos para promocionarlo, pero no es suficiente. .

La realidad es que si, la ciudad de Albacete es conocida por su relación de la cuchillería, pero este conocimiento no va más allá. No es considerado aun por la mayoría de los visitantes como una atracción turista. El MCA, por su simbolismo, debería convertirse en el epicentro de toda esta industria, que canalice todo este patrimonio relacionado con esta industria.

Por otro lado, Juan Andrés afirma tajantemente que los turistas son los que mayores beneficios aportan a su negocio. Hoy en día la mayoría de las tiendas dedicadas a la cuchillería se han tenido que adaptar al público proveniente del turismo, acercando sus tiendas a establecimientos más parecidos a una tienda de *souvenirs*.

Como se explica en el marco teórico la idea de museo abierto cobra total sentido a la hora de realizar un producto de calidad alrededor de la artesanía cuchillera.

Para Juan Andrés, la idea de enseñar su taller y su forma de trabajar a los turistas es una propuesta que él ya ha barajado en varias ocasiones pero sería muy complicada de llevar a cabo, debido a la disposición que tienen los talleres de los artesanos. Se necesitaría una gran inversión para adecuar las instalaciones para la visita de turistas. Una inversión que en su opinión sería difícil de recuperar debido a la escasa promoción que tiene hoy en día la ciudad.

En este sentido, cabría la posibilidad de crear un proyecto común en los que se implicasen todos los talleres de la zona, al tiempo que se asegura que la adecuación a la visita turística revierte en su economía.

Otro tema importante fueron las sinergias necesarias entre el museo y los cuchilleros; En palabras del entrevistado El museo de la cuchillería es un gran escaparate para el sector, hace una gran labor a la hora de favorecer, no solo al sector de la cuchillería, sino también a la ciudad en general. Si bien es verdad, Juan Andrés, Afirma que se necesita una mayor comunicación entre los empresarios y las instituciones, para que no se creen algunas situaciones de competencia. Además, El artesano asegura que está totalmente abierto a colaborar con el museo.

Queda claro que aún existe una gran necesidad de crear sinergias entre el museo y la industria viva. Caminar hacia una mayor articulación, para que se generen unos beneficios comunes para toda la industria. Si ambos generan el suficiente flujo de visitantes al final todos ganan.

Por último se trató el tema de la crisis por la que está pasando la industria y la alternativa en el turismo.

Juan Andrés está convencido que el turismo es una buena herramienta para combatir la crisis de la industria, pero cree que es necesaria la creación de un producto más global que aumente la afluencia de visitantes.

Para terminar con el bloque de entrevistas y con el fin de mejorar nuestra percepción de cómo funciona y cual serían las mejores estrategias a llevar a cabo en el MCA, se llevó a cabo una entrevista a Mariana Pascual, actual directora del museo.

En este caso se quiso contextualizar y para ello es necesario saber qué papel juega el museo en el turismo de Albacete y cuáles son las labores específicas de la directora de este:

La directora afirma que a día de hoy, el museo municipal de la cuchillería es un referente para el turismo de la ciudad. “no hay ningún turista que no se acerque a visitarlo”. Los distintos turoperadores los tienen contemplado en sus programas de visitas. “somos numero 1 a la hora de recibir visitantes”. Y que sus principales funciones son; Gestionar el museo, los fondos, al personal, los eventos, la publicación y las exposiciones. En definitiva la gestión total del MCA. El sobre el cual se centró la entrevista fue el futuro y las mejoras necesarias para aumentar el turismo tanto del museo como de la ciudad. Mariana nos comenta que el museo está continuamente trabajando en la captación de nuevos visitantes, no solo turistas. Cualquier nuevo proyecto que se presente en el MCA repercute también en el propio turismo. Cada nueva línea que se pone en marcha se hace con el objetivo de atraer a un nuevo público, un público general, que conlleva a la atracción de nuevo turismo.

En opinión de la entrevistada, gracias a las nuevas tecnologías existe una conectividad que antes no había, una repercusión turista y una manera de llegar a muchas más personas. Además, para Mariana la industria cuchillera y las instituciones como

APRECU y FUDECO deberían ser los responsables de encontrar nuevas líneas en este sentido.

Aumentar la presencia en redes e indagar en nuevas formas de promoción *on line*, será la línea de difusión que genera el aumento progresivo de los visitantes, aprovechándonos de la segmentación y especialización por la que está pasando la oferta turística

No se pudo olvidar el tema de museo abierto, centrándonos en la posibilidad de abrir los talleres al público y todo lo que esto conlleva.

Según la directora del museo existe una gran posibilidad de que los artesanos no están muy a favor de enseñar sus talleres, ya que eso conlleva en que parte de su jornada tendrían que usarla para realizar las distintas visitas. Además hoy en día algunos de los pasos más importantes del proceso de fabricación ya no se realizan en el taller, por ejemplo, la forja, la mayoría de artesanos de hoy en día trabajan ya directamente con hojas forjadas. Y el motivo principal por el cual, en su opinión, no es una propuesta rentable, es el tamaño y la disposición de los talleres incapaces de recibir a un grupo de visitantes. Como se comenta en la entrevista anterior, para que esta actividad pueda llegar a producirse sería necesaria la colaboración de los distintos talleres. Crear un proyecto común en la que participen también las instituciones.

Mariana recalca que es una buena idea para mejorar la experiencia turística, pero que hay que tener en cuenta que en el museo de la cuchillería existen videos donde se proyecta todo este proceso de una manera muy detallada. Además de que se puede ver una réplica exacta de un taller.

La directora, ha querido añadir que el traslado de los visitantes a estos centros de trabajo supondría un tiempo extra que el turista podría utilizar en realizar otras

actividades turísticas importantes, como visitar la ciudad o incluso ir a un comercio de cuchillería.

Imagen 2. Reproducción de taller años 40-50.



Fuente: Museo de la Cuchillería

No existirían trabas burocráticas importantes, más allá de adecuar las instalaciones al público según las normativas vigentes, tanto en temas de seguridad como de adaptabilidad. Es posible que seas necesario un seguro de responsabilidad civil.

“A día de hoy no es viable, recibir un autobús no es viable, en ninguno de los talleres que hay activos” asegura la directora dl MCA

Para terminar, unas palabras de la directora animando al turista a visitar el Museo Municipal de la Cuchillería de Albacete. *“todo aquel que viene al museo le sorprende, no es solo un lugar donde ver navajas, que es la seña de identidad de Albacete, sino que también hay todo tipo de instrumentos de corte, los procesos de fabricación, los procesos de venta, los materiales con los que se realizan y un gran archivo fotográfico que se puede ver, además de obras artísticas relacionados con la cuchillería. Yo creo*

que en general el museo cuando se visita, sorprende porque hay mucho más de lo que el visitante se espera”, Responde la máxima responsable del museo.

Después del exhaustivo análisis del Museo Municipal de La Cuchillería se va a proceder un análisis estrictamente cuantitativo, analizando los datos de afluencia más relevante desde la apertura de este en el año 2004.

7. Conclusiones y propuestas

Las evidencias que se han mostrado durante el presente trabajo demuestran que el turismo cultural de Albacete necesita cambiar su enfoque y dirigirse hacia un modelo integrado, con el fin de potenciar un producto único y bien estructurado. Dicha integración generaría sinergias que terminarían elevando así la marca Albacete.

La conclusión más importante que se desprende del análisis del Museo Municipal de la Cuchillería, es que este trabaja totalmente como un ente independiente del resto de actividades y recursos turísticos de Albacete. Aunque creemos que su presentación y su oferta son buenas, además de tener unas bases bien planteadas, existe la necesidad de generar sinergias con los otros atractivos de la ciudad.

Por lo tanto la primera propuesta que se plantea es aumentar la participación del museo en otras actividades conjuntas que ayuden a recuperar y a difundir ciertas costumbres culturales albaceteñas, más allá de las suyas propias. Comenzar a aplicar la idea de museo abierto (Miró, 2009), teoría que puede ser muy favorable para el futuro desarrollo tanto del MCA, como del turismo general del municipio. La fama que tiene la ciudad y sus navajas a nivel nacional es un hecho, por lo que el MCA es un activo muy importante para el turismo cultural de la ciudad, pero la oferta relacionada con la industria cuchillera se queda dentro de las puertas de la galería. En ese sentido, sería interesante aumentar esta oferta cultural tomando como punto de partida esta artesanía además del museo para crear un desarrollo turístico sostenible que

proporcione a Albacete una identidad única. Alrededor de esta concepción se debería ir construyendo una oferta ocio cultural a la que se tendrán que ir sumando todos aquellos atractivos turísticos de los que dispone la ciudad.

Una oferta socio-cultural que ha de difundirse de una manera mucho más completa, aprovechando sin duda el gran escaparate turístico que proporciona, tanto al museo como a la ciudad de Albacete, el camino de Santiago, hay que profundizar en esta vía de difusión a nivel internacional, dando más cabida y más importancia a los peregrinos que pasan a diario por la ciudad. Para ello, se debería hacer más uso de las redes sociales y de la página web del museo, herramientas totalmente necesarias para la promoción de los recursos turísticos de una manera eficiente. Es muy importante mantener una relación con el futuro visitante, crear un vínculo anterior a la visita y para ello las redes sociales se van a convertir en una herramienta significativa.

Además se podría barajar la idea de explorar el fenómeno televisivo, del que hablaba anteriormente, el *Talent show*, Forjado a fuego. La televisión tiene un peso muy alto en las decisiones de los ciudadanos. En este sentido, y salvando las distancias, se podría comparar con la reciente puesta en valor por la que pasa la gastronomía, en gran medida, gracias al éxito de programas de TV, como por ejemplo el *talent show* “Master Chef”

Debido a la descoordinación y falta de articulación de los distintos agentes turísticos, queda claro que es imprescindible crear sinergias entre ellos para crear un producto articulado en torno al turismo cultural. Esta potenciación podría alejar el modelo de turismo de borrachera a favor de éste otro. Por este motivo es imprescindible mejorar las relaciones entre los distintos museos que componen la oferta cultural de la ciudad, es decir, crear actividades comunes, ya que a día de hoy esta colaboración es totalmente nula, esta desarticulación del producto conlleva unas consecuencias negativas, a menudo muchos de los visitantes interesados por alguno de estos

productos, no tiene conocimiento de la existencia de los otros y es importante optimizar la visita de cada turista que llega a la ciudad, para que aumente al máximo su tiempo de estancia y por lo tanto la posibilidad de pernoctación de este, asimismo el uso de otros servicios.

El desarrollo de un producto de calidad pasa por la comunicación entre estos activos culturales, las instituciones públicas y las empresas privadas. Debe existir un consenso en el modelo turístico hacia el que se dirige el municipio.

Otra propuesta importante es intentar mejorar el grado de comprensión de cada visitante que llega al Museo de la Cuchillería. Para ello es importante centrarse en la interpretación, aunque este no es uno de los puntos más flojos del museo, sí que cabría la posibilidad de ir un paso más en este aspecto, poniendo en marcha diferentes acciones que acerquen al museo a un centro interpretativo.

En esta misma línea una de las principales propuestas que se barajaban durante esta investigación, era la de crear una experiencia turística más completa, alrededor de la industria de la cuchillería. El turista ya no busca una visita simple a una exposición, hoy en día se buscan experiencias completas en las que entren en juego todos los sentidos, transportarte de una manera u otra a la historia de la zona que estas visitando. Hacer partícipe al turista de una manera activa. Esto puede ser posible gracias a la interpretación y a disponer de un producto más completo.

Después de mi experiencia en el MCA he llegado a la conclusión que la mayoría de los turistas que lo visitan se quedan con la necesidad de ver el proceso de creación de las piezas cuchilleras de una manera más real. Los nuevos modelos turísticos, van encaminados a la búsqueda de experiencia, cuanto más reales posible. *“A día de hoy, las experiencias auténticas están más demandadas que nunca, especialmente en viajes a ciudades. A la gente le gustaría descubrir la verdadera cara de una ciudad y*

experimentar el máximo posible la vida de los locales" (Francequide, 2012). Y una cara auténtica de Albacete y su historia es el proceso de elaboración de un cuchillo. Sería muy interesante que se pudieran visitar talleres o fábricas, donde completar esta experiencia, pero ha quedado claro que esta iniciativa tiene que salir de las instituciones públicas, ya que para los artesanos supone una inversión tan alta que hoy en día no tiene posibilidad de asumir. Se podría tomar como ejemplo el modelo que existe en estos momentos en Taramundi (Principado de Asturias). En este municipio y con la ayuda su ayuntamiento, algunos artesanos realizan demostraciones en sus talleres cuchilleros del oficio que desarrollan. De esta manera el visitante puede ver todo el proceso de elaboración de los productos, lo que le permite, además, participar de manera activa en el mismo. (Ayuntamiento de Taramundi, 2016).

En definitiva la oferta ocio cultural está cada vez más diversificada y los nuevos productos son cada vez más competitivos, por lo tanto hay que tomar medidas a corto plazo para no quedarse atrás en el proceso de desarrollo turístico. Algunas medidas se encaminarían a la mejora de la marca Albacete, la cual sirva de elemento unificador que se use como estandarte del turismo cultural de la ciudad.

Por otro lado, de la investigación se desprende que la afluencia de público del MCA lleva estancada desde su apertura en el año 2004. No se ha conseguido que las cifras aumenten de manera progresiva, y esto es síntoma claro de que no se están realizando bien las labores de promoción.

Esta carencia no es un problema único del museo, se extiende a la promoción de todo el producto turístico de Albacete. En esta investigación ha quedado de manifiesto que pese a los esfuerzos que hacen las instituciones para promocionar la marca Albacete, hay mucho trabajo por hacer aún. Es apremiante aumentar las cifras de afluencia de visitantes, para ello se necesita hacer un trabajo de promoción mucho más competitivo. Se complementa la creación de un producto con identidad, en la línea

acabada de exponer con otra línea necesaria de promoción. Para ello, cabe mejorar su presencia en internet y las redes sociales, además de participar en diferentes ferias y congreso de turismo a nivel regional y nacional, como FITUR, sería interesante utilizar el escaparate internacional que proporciona la feria a la ciudad de Albacete e intensificar la presencia del turismo cultural y del Museo Municipal de la Cuchillería con diferentes acciones durante los días en la que esta se celebra, ya que la ciudad recibe más de 2.000.000 de visitantes.

Como hemos visto durante la investigación el mayor número de visitantes proviene de las regiones colindantes, sobretodo Comunidad Valenciana y Andalucía. Por lo tanto, aumentar la promoción más allá de estas dos regiones sería otro punto interesante, posicionarse en el mercado nacional y atraer a turistas con una amplia oferta cultural integrada que obligue al turista a pernoctar al menos una noche.

Con respecto al mercado internacional, se están llevando a cabo unas labores de promoción importantes. Recientemente se ha nombrado en Thiers (Francia), a Albacete, Capital Internacional de la Cuchillería en el año 2020. Donde se va a celebrar el III encuentro mundial de ciudades cuchilleras. Este encuentro se puede convertir en una oportunidad única, donde se podrán realizar numerosas acciones de promoción que mejoren el posicionamiento del museo a nivel internacional.

El objetivo fundamental es darle más visibilidad al museo como cabeza de un producto turístico alrededor de la industria de la cuchillería. Así, junto a otros activos culturales y una gran oferta gastronómica y hostelera se genera un gran recurso turístico principal que atraiga a más turistas a la ciudad y que en definitiva enriquezca la hostelería y el comercio de la zona.

En síntesis, las propuestas básicas que se desprenden de este proceso de investigación pasan por la necesidad de crear un producto único basado en la

interpretación del territorio que implica a la ciudad de Albacete, apoyándose en toda la cultura que gira alrededor de la industria cuchillera, además de reconducir las motivaciones de los visitantes fomentando el turismo cultural de la ciudad. Así como también mejorando la promoción y la difusión del patrimonio de Albacete

A nivel personal, el trabajo final de grado y la realización de las prácticas en el Museo Municipal de la Cuchillería, me ha servido para que aparezca ante mí una nueva ciudad, una ciudad en la que he vivido desde niña pero no era capaz de ver todas las posibilidades que tenía. Algunos de los retos importantes a los que debería enfrentarse para dar a conocer su gran patrimonio y su cultura los he podido captar desde este trabajo. Ejemplo de ello es la necesidad que existe de mejorar la visión de la población local para conseguir poner en valor esta “gran” ciudad. Esta experiencia me ha enseñado a descubrir y valorar primero lo que tienes, tus raíces y lo que te rodea. Como futura turismóloga he aprendido a disfrutar de una ciudad que tiene muchas posibilidades turísticas ante ella, y que debe y puede explotarse y promocionarse hasta convertirse en un producto de calidad que revierta en un espacio urbano mejor para quienes allí viven o quienes la visitan.

9. Bibliografía

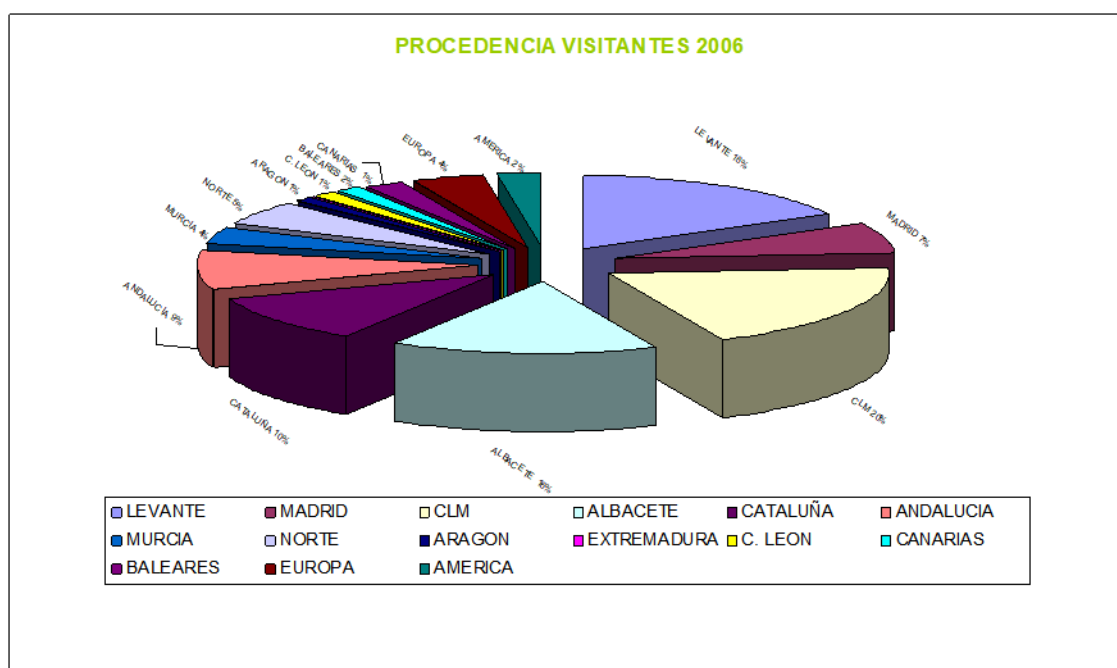
- Abril-Sellarés, Azpelicueta y Sánchez-Fernández (2015) HOLOS, Año 31, Vol. 3 331. *Turismo sostenible: lugareños frente a turistas. El caso de la ciudad de Barcelona*. Accesible en URL <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/2809/1108>
- Aguilar Ibáñez, José M^a y Muñoz Martínez, Martina. Servicio de Acción Social. *Ayuntamiento de Albacete Datos del Padrón municipal de habitantes del municipio de Albacete*. Accesible en URL: http://www.albacete.es/es/por-temas/servicios_sociales/ficheros/estudio-del-padron-de-habitantes-2012
- Ayuntamiento de Albacete (1 de Febrero de 2012). *Nueva web de turismo de Albacete*. Accesible en URL <http://www.albacete.es/es/turismo/albacete-turistico>
- Ayuntamiento de Taramundi (Principado de Asturias) (2016). *Talleres de artesanos*. Accesible en URL <https://www.taramundi.es/talleres-artesanos>
- Blas García, Manuel (5 de Agosto de 2005). Revista Bibliográfica de geografía y ciencias sociales; *Arte-Artesanía, interacción histórica*. Accesible en URL <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-599.htm>
- BOE (24 de Agosto de 2009). "Publicado un Decreto ley basado en La ley de patrimonio histórico español". Accesible en URL https://boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1985-12534
- Bustamante, Enrique y Prieto de Pedro, Jesús (Octubre de 2015- Enero 2016). Revista TELOS; *Cuadernos de comunicación e Innovación*. Accesible en URL www.telos.es
- Cañas, Jesús A., Arroyo, Javier, Codina Esperanza y Saiz, Eva. (2 de Septiembre de 2018). El País: *Andalucía declara la guerra a las despedidas de solteros*. Accesible en URL: https://elpais.com/politica/2018/07/25/actualidad/1532536530_003114.html
- Catalán Catalán, Lidia (2016). *Segorbe, una mirada desde la interpretación y el territorio. Análisis de la oferta cultural y caracterización de la mirada turística*.
- Castaing, Juan Carlos (2016). Boletín de interpretación número, 34.
- Europa Press (1 de Septiembre de 2008). *La Feria de Albacete, declarada de interés turístico internacional*. Accesible en URL: <http://www.europapress.es/castilla-lamancha/noticia-amp-feria-albacete-declarada-fiesta-interes-turistico-internacional-20080901144453.html>
- Fernández de paz, Esther (2006). Revista PASOS; *Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(1). Accesible en URL <http://www.pasosonline.org/es/articulos/188-de-tesoro-ilustrado-a-recurso-turistico-el-cambiante-significado-del-patrimonio-cultural>
- Ferreres Bonfill, Juan Bautista (2017) *Anàlisi i Gestió de recursos turístics: disseny de productes, tema 1 los recursos y su transformación en productos turísticos*, Aula virtual. Accesible en URL https://aulavirtual.uji.es/pluginfile.php/4128988/mod_resource/content/2/TU0934_Tema-1_recursos_productos.pdf
- Ferrer, Joan Lluís (2017). *Viaje al turismo basura*. "El auge de las vacaciones de borrachera"
- Fuente directa personal del museo
- García Jolly, Victoria (30 de diciembre de 2017). *¿Qué @#\$%^&* es arte?* Accesible en URL [http://algarabia.com/artes/que-es-arte/¿Qué@#\\$%^&*esarte?](http://algarabia.com/artes/que-es-arte/¿Qué@#$%^&*esarte?)

- García López, Raúl (8 de Marzo de 2016). "Evolución y tendencias del turismo cultural". Accesible en URL <https://www.aprendedeturismo.org/evolucion-y-tendencias-del-turismo-cultural/>
- Gonzalez-Hontoria, Guadalupe (2004). *La artesanía de España*.
- Gutiérrez Mozo, Elia (2006). *Daniel Rubio Sánchez y su época.* Albacete 1910-1920".
- Hernández Hernández, Francisca (1994). *Manual de museología*. Accesible en URL https://www.researchgate.net/profile/Francisca_Hernandez6/publication/31731134_Manual_de_museologia_F_Hernandez_Hernandez/links/568b90d708ae1e63f1fd7c13/Manual-de-museologia-F-Hernandez-Hernandez.pdf
- Hernández Hernández, Francisca (1992). *Revista General de Información y Documentación*; Vol. 2(1), 85-97.
- H. Ros, Israel (2 de Febrero de 2017). *El turismo de borrachera se instala España*. Accesible en URL <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2017/184-turismo-borrachera.html>
- Ilustración (sin fecha). En Wikipedia. Accesible en la URL <https://es.wikipedia.org/wiki/Ilustraci%C3%B3n>
- La Vanguardia (19 de Mayo de 2018). Albacete, 19 (Europa Press). Accesible en URL <http://www.lavanguardia.com/local/castilla-la-mancha/20180519/443693977815/albacete-sera-la-capital-mundial-de-la-cuchilleria-durante-el-ano-2020.html>
- Memorias del Museo Municipal de la Cuchillería de Albacete (2004-2017).
- Ministerio de educación cultura y deporte (2017). "Anuario de estadísticas culturales". Accesible en URL <https://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/naec/portada.html>
- Miró Alaix, Manel (1 julio 2009). *Rainingstorn (interpretar el patrimonio)*; "Museo abierto y territorio museo, nuevos conceptos para la interpretación territorial del patrimonio cultural". Accesible en URL <https://manelmiro.com/2009/07/01/museo-abierto-y-territorio-museo-nuevos-conceptos-para-la-interpretacion-territorial-del-patrimonio-cultural/>
- Morère Molinero, Nùria y Perelló, Salvador (2016). "Escuela de organización industrial". *Turismo y territorio. Turismo cultural, patrimonio, museos y empleabilidad*. Accesible en URL <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/20726/turismo-cultural-patrimonio-museos-y-empleabilidad>
- Mondéjar Jiménez, Juan Antonio, Mondéjar Jiménez, Jose, Meseguer Santamaría, María Leticia (2009). *Revista Her&Mus; Universidad de Castilla-La Mancha*
- *Que ver en el mundo*. Accesible en URL <http://queverenelmundo.com/que-ver-en-espana/provincia-de-albacete/guia-de-albacete/historia-de-albacete/>
- RAE. *Diccionario manual e ilustrado de la lengua española*. Madrid: Espasa-Calpe, 1950.
- Rodríguez Lorente, Juan J. (1967). *Los cuchillos de Albacete*. Accesible en URL <http://gladius.revistas.csic.es/index.php/gladius/article/viewFile/185/187>
- Serrat Antolí, Nùria y Aantacana Mestre, Joan (2005). *Museografía directa*.
- Turismo cultural (sin fecha). En Wikipedia. Accesible en URL https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_cultural
- Valdivielso, M.C. (Octubre de 2001). "Perspectivas del Turismo cultural". *Estrategias de Desarrollo Territorial a Partir de la interpretación*. Accesible en URL. http://www.equiponaya.com.ar/turismo_cultural/congreso/ponencias/margalida_castells2.htm

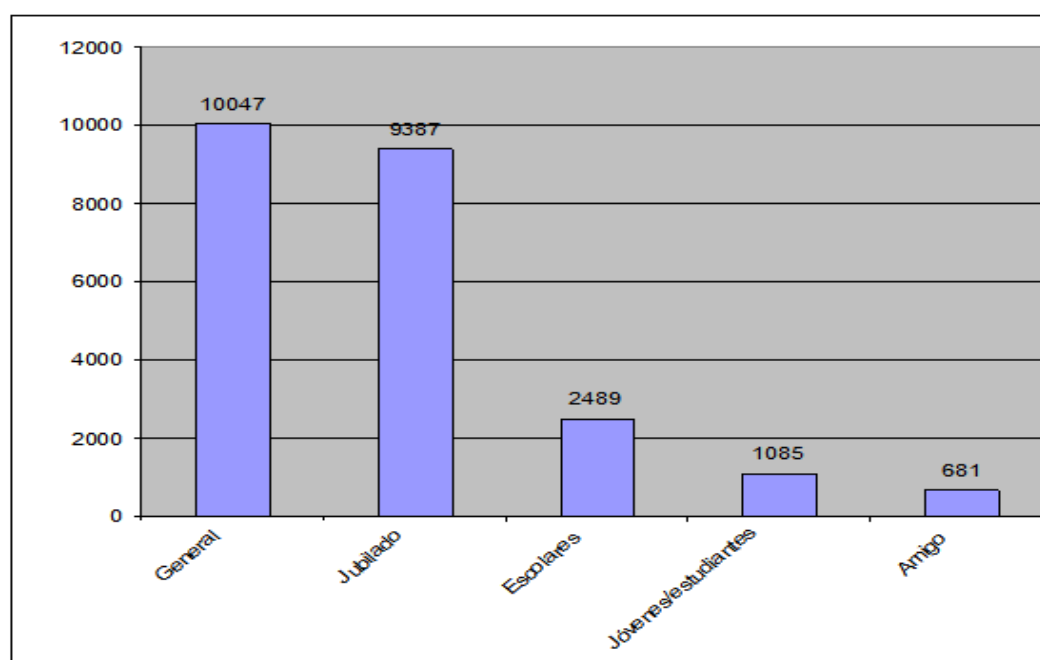
10. ANEXOS

ANEXO I. Graficas de afluencia de visitantes

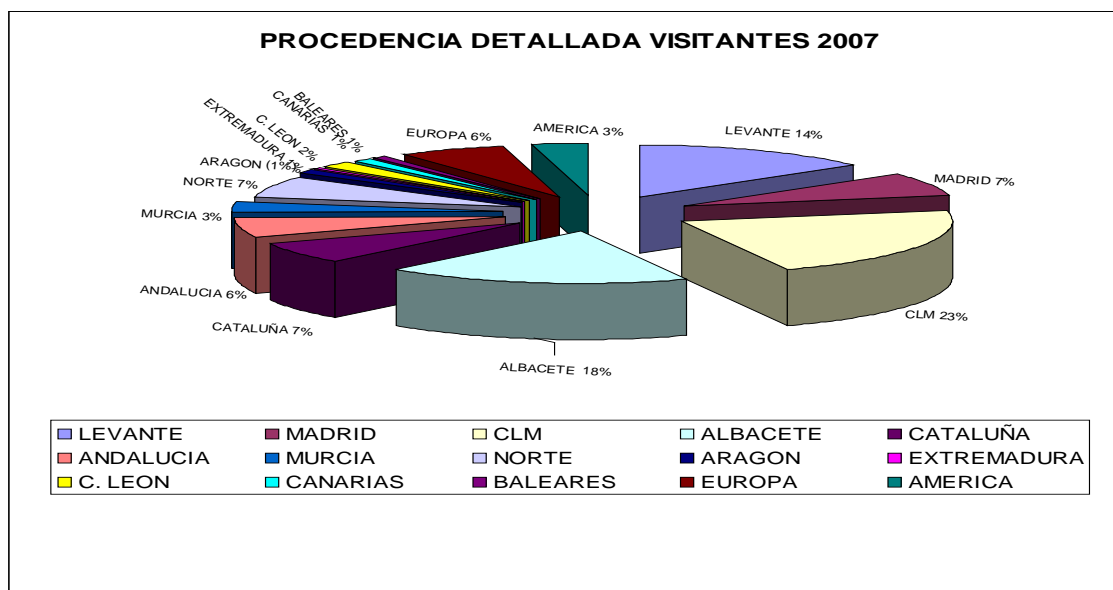
PROCEDENCIA VISITANTES 2006



TIPOLOGIA VISITANTES 2006



PROCEDENCIA VISITANTES 2007

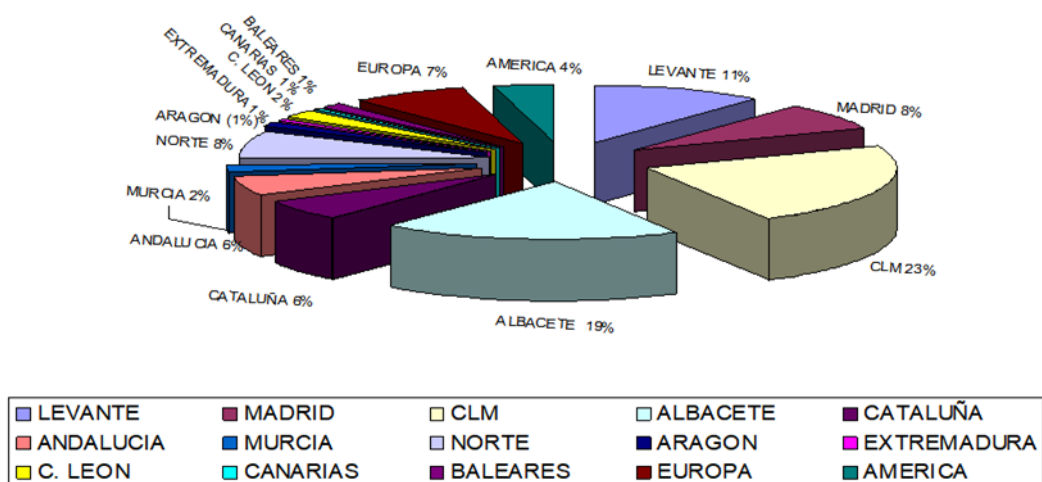


TIPOLOGIA VISITANTES 2007

General	42,00%
Jubilado	41,00%
Escolares	13,00%
Jóvenes/estudiantes	3,00%
Amigo	1,00%

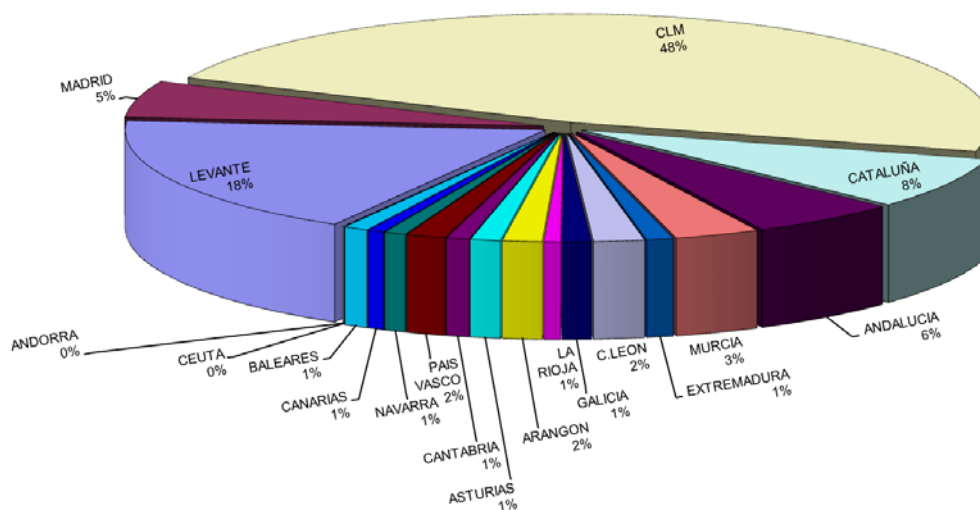
PROCEDENCIA VISITANTES 2008

PROCEDENCIA DETALLADA VISITANTES 2008



PROCEDENCIA VISITANTES 2010

PROCEDENCIA VISITANTES 2010



ANEXO II. Encuestas de satisfacción

Se han hecho uso de escalas Likert (1 a 5) para captar el grado negativo, neutral o positivo sobre algunos de los aspectos del museo; otras son dicotómicas y 4 abiertas por el carácter exploratorio del cuestionario.

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

1. ¿Cómo ha sabido de la existencia del museo? ¿Lo conocía antes de visitar la ciudad?

Soy de Albacete

2. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

Si

3. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 4 5x

Señalización interna 1 2 3 4x 5

El horario 1 2 3 4x 5

La tienda del museo 1 2 3 4x 5

4. ¿Cuál es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

Como gira la vida de una ciudad a través de una industria.

5. ¿Cambiaría algo para mejorar su visita?, ¿El qué?

Siempre se puede mejorar en todo

6. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

Si

7. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

En mi caso no, porque conozco la cuchillería, pero para alguien de fuera sí

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

1. ¿Como ha sabido de la existencia del museo? ¿ Lo conocía antes de visitar la ciudad?

Si lo conocia de oidas

2. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

si

3. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 4 5x

Señalización interna 1 2 3 4 5x

El horario 1 2 3 4 5x

La tienda del museo 1 2 3 4 5x

4. ¿Cual es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

Que es bonito, bien indicado y muy recomendable

5. ¿ Cambiaría algo para mejorar su visita? ¿el qué?

No, todo esta bien pero es necesario que se publicite mas.

6. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

SI, me ha encantado y lo recomendaré

7. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o al alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

Siendo cocinera, es una maravilla

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 53 SEXO: F

LUGAR DE RESIDENCIA: Madrid en el caso de no residir en Albacete, días de permanencia en la ciudad: 3 días

PROFESIÓN: Cocinera

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

4. ¿Como ha sabido de la existencia del museo? ¿ Lo conocía antes de visitar la ciudad?

A través de la oficina de informacion y turismo de Barcelona

5. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

Si

6. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 4 5x

Señalización interna 1 2 3 4 5x

El horario 1 2 3 4 5x

La tienda del museo 1 2 3 4 5x

8. ¿Cual es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

La importancia de la cuchilleria para la ciudad de Albacete

9. ¿ Cambiaría algo para mejorar su visita? ¿el qué?

No

10. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

Si

11. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o al alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

No tiene tiempo, pero si

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 69 SEXO: F

LUGAR DE RESIDENCIA: Banyeres del Penedes en el caso de no
residir en Albacete, días de permanencia en la ciudad: 1 día

PROFESIÓN: carnicera

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

7. ¿Como ha sabido de la existencia del museo? ¿ Lo conocía antes de visitar la ciudad?

A través de la oficina de informacion y turismo de Barcelona

8. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

si

9. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 4 5x

Señalización interna 1 2 3 4 5x

El horario 1 2 3 4 5x

La tienda del museo 1 2 3 4 5x

12. ¿Cual es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

La importancia de la artesanía

13. ¿ Cambiaría algo para mejorar su visita? ¿el qué?

No

14. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

SI

15. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o al alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística? Si, con mas tiempo

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 66 SEXO: M

LUGAR DE RESIDENCIA: Vilafranca del Penedes en el caso de no
residir en Albacete, días de permanencia en la ciudad: 1 día

PROFESIÓN: Jubilado

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

10. ¿Como ha sabido de la existencia del museo? ¿ Lo conocía antes de visitar la ciudad?

No, lo conocí al buscar en internet que ver en Albacete, para no perderme lo mas interesante y característico de Albacete

11. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

si

12. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 4 x 5

Señalización interna 1 2 3 4 x 5

El horario 1 2 3 4 5x

La tienda del museo 1 2 3 4x 5

16. ¿Cual es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

El arte de la cuchillería

17. ¿ Cambiaría algo para mejorar su visita? ¿el qué?

No, me ha encantado

18. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

SI

19. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o al alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

No, me parece un museo muy completo

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 33 SEXO: F

LUGAR DE RESIDENCIA: Dos Hermanas (Sevilla)

en el caso de no

residir en Albacete, días de permanencia en la ciudad: 3 días

PROFESIÓN: Administrativa

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

13. ¿Como ha sabido de la existencia del museo? ¿ Lo conocía antes de visitar la ciudad?

Al llegar a la ciudad, no

14. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

si

15. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 x 4 5

Señalización interna 1 2 3x 4 5

El horario 1 2 3 4x 5

La tienda del museo 1 2 3x 4 5

20. ¿Cual es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

La importancia de la cuchuillería en Albacete

21. ¿ Cambiaría algo para mejorar su visita? ¿el qué?

No

22. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

No

23. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o al alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

No

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 58 SEXO: M

LUGAR DE RESIDENCIA: Barrado (Cacerés)

en el caso de no residir en

Albacete, días de permanencia en la ciudad: 4 días

PROFESIÓN: Administrativa

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

16. ¿Como ha sabido de la existencia del museo? ¿ Lo conocía antes de visitar la ciudad?

Internet, no

17. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

si

18. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 x 5

Atención del personal 1 2 3 4 x 5

Señalización interna 1 2 3x 4 5

El horario 1 2 3 4x 5

La tienda del museo 1 2 3 4x 5

24. ¿Cual es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

Una buena exposicion de la historia de la cuchillería en Albacete y otros lugares

25. ¿ Cambiaría algo para mejorar su visita? ¿el qué?

No

26. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

No

27. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o al alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

No

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 51 SEXO: M

LUGAR DE RESIDENCIA: Pinto (Madrid) en el caso de no residir en
Albacete, días de permanencia en la ciudad: 4 días

PROFESIÓN: Ferroviario

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

19. ¿Como ha sabido de la existencia del museo? ¿ Lo conocía antes de visitar la ciudad?

No, lo conocí al buscar en internet

20. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

si

21. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 4 5x

Señalización interna 1 2 3 4 5x

El horario 1 2 3 4 5x

La tienda del museo 1 2 3 4 5x

28. ¿Cual es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

Muy buena, que la vida avanza muy rápido en tan poco tiempo

29. ¿ Cambiaría algo para mejorar su visita? ¿el qué?

No

30. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

Igual

31. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o al alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

No

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 55 SEXO: F

LUGAR DE RESIDENCIA: Madrid en el caso de no residir en Albacete, días de permanencia en la ciudad: 2 días

PROFESIÓN: Asesora comercial

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

22. ¿Como ha sabido de la existencia del museo? ¿ Lo conocía antes de visitar la ciudad?

No, nos lo han recomendado

23. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

si

24. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 4 5x

Señalización interna 1 2 3 4 5x

El horario 1 2 3 4 5x

La tienda del museo 1 2 3 4 5x

32. ¿Cual es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

De como se vivía de la industria cuchillera

33. ¿ Cambiaría algo para mejorar su visita? ¿el qué?

No

34. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

Si

35. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o al alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

No

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 30 SEXO: F

LUGAR DE RESIDENCIA: Mallorca
de permanencia en la ciudad: 2 días

en el caso de no residir en Albacete, días

PROFESIÓN: Pastelera

Soy una alumna en prácticas del MCA y también realizando mi Trabajo Final de Grado sobre este museo. Estamos realizando una serie de encuestas sobre la satisfacción de la visita al museo que permitan realizar mejoras, el cuestionario le llevará dos minutos, es anónimo y le agradecemos desde ya su participación.

PREGUNTAS DE SATISFACCIÓN:

1. ¿Cómo ha sabido de la existencia del museo? ¿Lo conocía antes de visitar la ciudad?

Por internet, no lo conocía antes

2. ¿Conocía la relación que Albacete tiene con la industria cuchillera?

Si

3. Valora los siguientes aspectos, siendo 5 la puntuación más alta

Acceso al edificio 1 2 3 4 5x

Atención del personal 1 2 3 4 5x

Señalización interna 1 2 3 4x 5

El horario 1 2 3 4x 5

La tienda del museo 1 2 3 4x 5

4. ¿Cuál es la idea principal con la que se queda después de haber visitado el museo?

Como ha cambiado todo en poco tiempo.

5. ¿Cambiaría algo para mejorar su visita?, ¿El qué?

No

6. ¿Ha cambiado su percepción de Albacete y su turismo?

Si

7. ¿Completaría su visita con algún recurso en Albacete o alrededores para aumentar su conocimiento de la cuchillería artesanal o mejorar su experiencia turística?

Si, la posibilidad de visitar alguna fábrica o taller

PREGUNTAS PERSONALES

EDAD: 36 SEXO: F

LUGAR DE RESIDENCIA Mérida en el caso de no residir en Albacete, días de permanencia en la ciudad: 5 días

PROFESIÓN: Dependienta

